

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ Г.Ф. Каячев

«_____» июня 2016 г.

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ

специальность 080502.65 – «Экономика и управление на предприятии
(машиностроения)»

Разработка бизнес-плана предприятия ООО «Ульника»

Пояснительная записка

Руководитель _____ Э.В. Степанова

Выпускник _____ А.Г. Евдокимов

Нормоконтролер _____ Т.П. Лихачева

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Тема дипломного проекта «Разработка бизнес-плана предприятия ООО «Ульника»».

Пояснительная записка состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем пояснительной записки 88 страниц. Пояснительная записка содержит 9 рисунков, 18 таблиц в тексте, 7 приложений. Список использованных источников содержит 71 наименование.

ПЛАНИРОВАНИЕ, БИЗНЕС-ПЛАН, РАЗРАБОТКА, РЫНОК, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.

Объектом исследования является ООО «Ульника».

Цель дипломного проекта: Разработка бизнес-плана предприятия ООО «Ульника».

Задачи дипломного проекта:

- исследовать тенденции и перспективы развития рынка автосервисных услуг России и Красноярского края;
- оценить финансово– хозяйственную деятельность ООО «Ульника»;
- разработать бизнес-план по открытию дополнительного автосервиса ООО «Ульника»;
- провести оценку экономической эффективности предлагаемых мероприятий.

В результате проведения анализа рынка и оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия был сделан вывод о целесообразности разработки бизнес-плана создания автосервиса.

В итоге был разработан маркетинговый, организационный и финансовый план проекта, рассмотрены источники его финансирования и дана оценка эффективности.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Анализ состояния и перспектив развития рынка автосервисных услуг России и Красноярского края.....	6
1.1 Анализ тенденций и проблем развития рынка автосервисных услуг России.....	6
1.2 Факторы и условия, влияющие на эффективность деятельности автосервисов	13
2 Анализ финансово –хозяйственной деятельности ООО «Ульника».....	26
2.1 Общая характеристика ООО « Ульника»	26
2.2 Анализ финансово – хозяйственной деятельности ООО «Ульника»	30
2.3 Обоснование необходимости открытия дополнительного автосервиса ООО « Ульника».....	39
3 Разработка бизнес-плана открытия нового автосервиса ООО «Ульника».....	46
3.1 Разработка маркетингового плана нового автосервиса ООО «Ульника».....	46
3.2 Организационный план нового автосервиса ООО « Ульника»....	56
3.3 Финансовый план	64
3.4 Оценка эффективности бизнес-плана	65
Заключение.....	70
Список используемых источников.....	73
Приложение АСводная таблица финансово-оперативных коэффициентов 2015 г.....	78
Приложение БСводная таблица финансово-оперативных коэффициентов 2014 г.....	79

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ								
Изм.	Кол.уч	Лист	№	Подп.	Дата	Разработка бизнес-плана предприятия ООО «Ульника».				Стадия	Лист	—Листов—		
Разраб..	Евдокимов А.Г.												2	88
Пров.	Степанова Э.В.									СФУ ИУБПЭ				
Консульт.														
Н.контр.	Лихачева Т.П.													
Утв.	Каячев Г.Ф.													

Приложение В План уплаты налогов.....	80
Приложение Г Движение денежных средств за 2016-2018 гг.....	82
Приложение Д Отчет о прибылях и убытках за 2016-2018 гг.....	85

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		4

ВВЕДЕНИЕ

Сложившаяся экономическая ситуация в стране диктует предприятиям принимать меры к постоянному совершенствованию выпускаемой продукции и готовности в любой момент перейти на выпуск актуальных продуктов. Каждое новое предприятие перед началом выпуска продукции должно первым делом запланировать свою деятельность. Предпринимателям необходимо искать такие формы и методы планирования, которые максимально обеспечат эффективность при принятии решений.

Наиболее правильной формой и методом планирования при открытии организации исходя из маркетинговых исследований является разработка бизнес-плана. Бизнес-план являет собой одно из важных условий для эффективного планирования бизнеса. В условиях рыночной экономики предприятие должно иметь разработанный набор целей и задач, продумать стратегию продвижения к намеченным целям. Наличие бизнес-плана является одним из инструментов, приводящих к увеличению прибыльности предприятия и уменьшению неоправданных рисков.

При помощи бизнес-плана предприниматель может еще на начальной стадии спрогнозировать рентабельность организуемого им предприятия или дела. Бизнес-планирование дает понять инвестору и предпринимателю, стоит ли им вкладывать в проект свои капиталы, в каком количестве и какова степень риска.

Правильно написанный бизнес-план – это своего рода искусство. Многие предприниматели в нашей стране довольствуются только парой страниц при написании бизнес-плана, но на современном этапе экономики этого не достаточно для какого-либо серьезного бизнеса. При организации серьезного дела необходимо инвестирование, а инвесторы сегодня по составленному вами бизнес-плану могут судить не только о рентабельности проекта, но и с кем данный проект осуществлять.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		5

В данном проекте рассматривается предприятие ООО «Ульника», работающее на рынке автосервисных услуг.

Проблема, актуальность ее решения для предприятия: ООО «Ульника» является одной из конкурирующих фирм на рынке автосервисных услуг, вместе с тем конкуренция на данном рынке постоянно растет, для удержания доли рынка, повышения эффективности работы автосервиса и увеличения прибыльности, необходимо открытие дополнительного автосервиса, оказывающее более широкий комплекс услуг.

Объектом дипломного проекта является ООО «Ульника».

Цель данного дипломного проекта: разработать бизнес-план предприятия.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- исследовать тенденции и перспективы развития рынка автосервисных услуг России и Красноярского края;
- оценить эффективность, финансово– хозяйственной деятельности ООО «Ульника»;
- разработать бизнес-план по открытию дополнительного автосервиса ООО «Ульника»;
- оценить эффективность предложенных мероприятий;

Теоретической основой написания проекта являются научные труды отечественных и зарубежных ученых по теме исследования, а также материалы периодической печати. Кроме того, при написании работы использовались статистические и аналитические отчеты по рынку автосервисных услуг России и Красноярского края, бухгалтерская отчетность ООО «Ульника» за 2014– 2015 года.

В ходе написания дипломного проекта использованы методы статистического анализа и экспертных оценок.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		6

1 Анализ состояния и перспектив развития рынка автосервисных услуг России и Красноярского края

1.1 Анализ тенденций и проблем развития рынка автосервисных услуг России и Красноярского края

В условиях современного рынка большим значением для развития предприятия, в частности автосервиса, является анализ тенденций развития рынка и его составляющих, на котором оно функционирует.

Должны постоянно проводиться мероприятия по модернизации оказываемых услуг в соответствии с постоянно меняющимися требованиями клиентов и стараться их предугадывать, с учетом развития машиностроения и других наукоемких отраслей экономики. Для соответствия текущим тенденциям спроса и предложения предприятию необходимо вести мониторинг и анализ развития рынка, выявлять и изучать своих ближайших и важнейших конкурентов, выбирать стратегические альтернативы, разрабатывать маркетинговую программу, определять технические, финансовые и кадровые возможности. Таким образом, можно сказать, что для автосервисных услуг будут складываться благоприятные условия для тех, кто уже работает на этом рынке, так как прирост парка автомобилей является объективной предпосылкой расширения производства автосервиса.

Обладая информационной базой о структуре и возрастной вариации парка машин, можно ориентироваться относительно потребностей в запасных частях, объема работ по маркам и по видам работ. Также необходимо изучать и анализировать конкурентную среду, количество конкурентов, перечень оказываемых ими услуг, уровень качества и ценовые показатели. Более высокий уровень конкуренции может быть достигнут как за счет эффективного использования существующих мощностей, так и улучшения качества обслуживания и оказания услуг, а также оптимального определения уровня цен

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		7

на оказываемые услуги. Необходимость улучшения качества услуг, культуры обслуживания, имиджа предприятия является предпосылкой конкурентоспособности. Для более детального изучения конкурентной среды и формирования конкурентных преимуществ необходимо проводить постоянный мониторинг внутренней и внешней среды. С целью получения информации о конкурентах, которые не публикуются и не являются закрытой, можно использовать элементы конкурентной разведки.

Анализ развития рынка автосервисных услуг в первую очередь предполагает изучение автомобильного парка, его размер, структуру, возрастную вариацию, концентрацию по географическому признаку и интенсивность эксплуатации. Во вторую очередь необходим анализ потребителей в разрезе уровня доходности, возрастного ценза и половому признаку. И в третью – анализ соответствия концентрации автомобилей по географическому признаку, наличию автосервисных предприятий с оптимальным набором предоставляемых услуг.

Эксперты связывают возможный рост объемов продаж легковых автомобилей в 2017 году с постепенным выходом страны из кризиса и ростом доходов населения.

По данным комитета автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) в России, продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России за 9 месяцев с начала 2015 года уменьшились на 13% в годовом исчислении и составили 1 млн. 779,947 тыс. штук.

Лидером продаж за 9 месяцев была марка Lada (283,802 тыс. машин, падение на 17% в сравнении с результатом аналогичного периода 2014 года). На втором месте – Renault (139,434 тыс. машин - снижение на 10%). Далее следуют Hyundai, KIA, Toyota.

Общая динамика российского автомобильного рынка остается довольно слабой, демонстрируя продолжающееся существенное падение объемов сбыта по сравнению с прошлым годом.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		8

По данным исследовательского холдинга «Росбалт» структура автомобильного парка россиян в 2015 году по сравнению с 2013 годом изменялась: доля иномарок в парке легковых автомобилей России составила 46,3%, причем за последний она увеличилась на 3,3%. При этом в период с 2013 по 2014 год иномарок было менее трети от всего парка – 31,5%.

В России сейчас около 7 500 автосервисов. Также за анализируемый период возрастало количество автовладельцев России более трети населения – 37 %. Количество семей, владеющих несколькими автомобилями, составило в 2015 году 4 %.

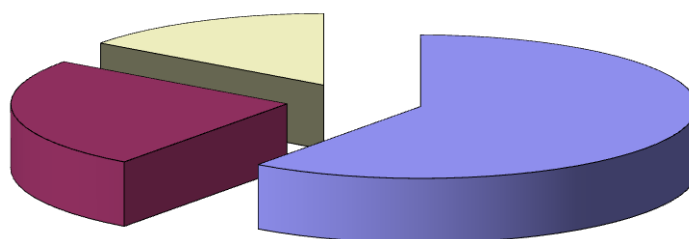
С целью увеличения клиентской базы предприятиям автосервиса легковых автомобилей следует вести систему скидок для владельцев нескольких автомобилей и автомобилей одной семьи. К автовладельцам мужского населения относится 56 %, а женского – 44 %, при этом мужчины активнее приобретают автомобили, их доля увеличилась на 19%, а женщин на 11 %. Среди россиян, состоящих в браке 45 %, владеют одним или двумя авто, а среди холостых автомобиль имеют только 26 %.

Изменение объема рынка легковых автомобилей напрямую влияет на изменение объемов рынка автосервисных услуг. Годовой прирост парка автомобилей влечет за собой необходимость прироста автосервисных мощностей и производственного персонала. Следовательно, с ростом объемов автомобильного рынка растет и рынок автосервисных услуг. Если при этом число предприятий автосервиса не увеличивается, то имеется возможность увеличения объемов услуг на существующих предприятиях.

Дорогостоящее и удобное обслуживание автомобиля могут позволить себе не все автовладельцы, следовательно, наиболее обеспеченный контингент автовладельцев будет в основном посещать крупные и дорогостоящие автосервисы, а автовладельцы с более низким достатком и с достатком ниже среднего будут пользоваться услугами средних и мелких автосервисов или осуществлять ремонт собственными силами.

Можно выделить следующие основные экономические модели предприятий автосервиса легковых автомобилей (рисунок 1.1):

- авторизированные (дилерские) центры;
- независимые центры (одиночные и сетевые);
- индивидуальные мастерские.



- Независимые автоцентры
- Авторизованные центры
- Индивидуальные мастерские

Рисунок 1.1 – Структура долей основных сегментов рынка автосервисов легковых автомобилей, %

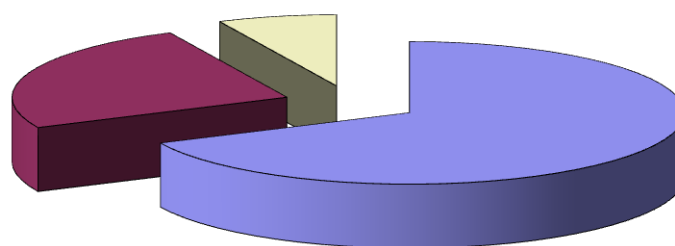
Как можно видеть на рисунке 1.1, наибольшую долю в структуре рынка технического обслуживания автомобилей занимают независимые автосервисы, их доля составляет около 60%. Далее идут авторизированные техцентры с долей в 25%. Менее всего представлены на рынке индивидуальные мастерские – около 15%.

Сегментировать все автосервисы можно по специализации. Выделяют следующие автосервисы:

- универсальные автосервисы;
- специализирующиеся на отечественных автомобилях;
- специализирующиеся на иностранных автомобилях.

Большинство автосервисов, а именно 68% – позиционируют себя как универсальные. На иномарках специализируются только 7% станций

техобслуживания, на отечественных моделях – 25% (рисунок 1.2).



- Универсальные автосервисы
- Специализирующиеся на отечественных автомобилях
- Специализирующиеся на иностранных автомобилях

Рисунок 1.2 – Структура долей рынка автосервисов легковых автомобилей по специализации, %

На спрос услуг автосервисных предприятий влияют такие показатели, как плотность их расположения на определенной территории и количество легковых автомобилей, прикрепленных к данной территории.

Каждое отдельное предприятие автосервиса представляет конкретные виды услуг, имеет определенное число работников и рабочих мест, производственную мощность, конкретный режим работы и обслуживает определенные сегменты рынка.

Стабильность развития предприятия обуславливается мониторингом и анализом следующих направлений:

- тенденции развития рынка автомобильного парка и соответственно рынка автосервисных услуг;
- уровень эффективности использования производственных мощностей, кадрового потенциала и финансовых потоков;
- соответствие номенклатуры и уровня качества оказываемых услуг потребностям клиентов;
- анализ жизненного цикла оказываемых услуг;

- соответствие режима работы автосервисного предприятия и формы оказания услуг потребностям клиентов;
- степень удовлетворения клиентов уровнем соотношения цены и качества оказываемых услуг;
- уровень культуры обслуживания, наличие системы скидок и имидж организации;

Эффективность использования производственных мощностей и площади предприятия зависит не только от спроса, но и от управленческих решений руководства. Прежде всего это грамотная работа с клиентурой, которая включает в себя не только качественное и своевременное предоставление услуг, но культуру обслуживания. В свою очередь на спрос влияет ряд факторов. К факторам, не зависящим от предприятия, можно отнести:

- уровень конкуренции на рынке;
- низкий платежеспособный спрос;
- отсутствие требуемого объема легковых автомобилей;
- форс–мажорные обстоятельства.

Предприятие автосервиса может отслеживать и регулировать следующие факторы, влияющие на спрос:

- уровень качества услуг;
- уровень культуры обслуживания;
- режим работы;
- формы предоставления услуг;
- квалификация персонала и т.д.

Анализируя современную ситуацию на рынке автосервисов, можно обозначить следующие тенденции их развития:

- рост потребности в технически более совершенном обслуживании, связанный с усложнением конструкции выпускаемых автомобилей;
- развитие сетевых автосервисных комплексов с дополнительными услугами;

– повышение качества выполняемых работ и уровня сервиса на авторемонтных предприятиях, связанное с тенденцией внедрения единых стандартов обслуживания;

– рост потребности в высококвалифицированных трудовых ресурсах (в специалистах с высоким уровнем профессионализма и практическими навыками);

Тенденции по основным количественным показателям Рынка:

– рынок услуг автосервисов в ближайшие 3 года будет расти прежде всего за счет увеличения числа поддерживаемых автомобилей;

– средняя цена ремонта будет оставаться пока неизменной за счет спроса на новые автомобили и роста доли поддерживаемых автомашин, а также ухода с рынка небольших фирм и «гаражных мастерских» из-за кризиса;

Тенденции на конкурентном поле:

– усиление конкуренции. Рынок автосервисов вступает в фазу усиления конкуренции. В результате возможно объединение независимых станций технического обслуживания и ремонта автомобилей в сети;

– повышение технической оснащенности автосервисов. Данная тенденция связана с развитием технологий, а также с возрастанием числа технически сложных автомобилей;

– уменьшение числа «гаражных мастерских». Снижение количества «гаражных мастерских» произойдет за счет осуществления официальной регистрации в налоговых органах части автосервисов этого формата и ликвидации предприятий, не соответствующих законодательно зафиксированным нормам и стандартам обслуживания;

Тенденции в потребительском сегменте:

– рост группы потребителей, предпочитающих покупать новые автомобили иностранного производства снижается, но появляется тенденция роста покупки поддерживаемых автомобилей обслуживание и ремонт которых требует наличия высококвалифицированных кадров и современного

оборудования;

- постепенный переход к услугам специализированных авторемонтных предприятий автовладельцев, осуществляющих ремонт транспортных средств самостоятельно;

- дальнейшее формирование потребительской культуры населения в сфере услуг автосервиса, выражающееся в росте значимости таких параметров обслуживания, как уровень качества, добросовестность и ответственность персонала автосервисного предприятия, культура общения персонала с клиентами, скорость обслуживания и т. д;

Анализируя состояние дел на предприятии, руководство должно, в первую очередь, устранить внутренние причины, снижающие эффективность использования экономического потенциала предприятия. А также повседневно стремиться сгладить влияние внешних факторов на эффективность функционирования предприятия.

1.2 Факторы и условия, влияющие на эффективность деятельности автосервисов

В целях проведения наиболее полного исследования современного состояния локального рынка автосервисных услуг, в первую очередь, целесообразно рассмотреть факторы, влияющие на его развитие, которые представляют собой целостную систему. К основным типобразующим факторам отнесены:

- общеэкономические;
- нормативноправовые;
- общерегиональные;
- структурные;
- специфические.

В составе общеэкономических факторов целесообразно различать степень

разделения и кооперации труда между регионами и хозяйственную специализацию субъекта Федерации, поскольку именно этот фактор, в соответствии с рекомендуемой трактовкой категории локального рынка, является определяющим при его формировании. От объема и структуры товарного наполнения и спроса зависит емкость локального рынка, а от состояния межрегиональных связей его значение на межрегиональном уровне.

Не маловажную роль играет научно–техническая среда. Ежегодно мировые производители демонстрируют на международных салонах десятки новых моделей автомобилей. В них находят свое применение последние разработки в двигателестроении, конструкционных материалах, электронике, технологии. Оперативность создания и освоения в производстве новых моделей определяет конкурентоспособность фирмы. В то же время проводимые крупнейшими автомобильными фирмами работы по созданию электромобилей, переходы на альтернативные виды топлива в ближайшей перспективе не окажут влияния на рынок массовых автомобилей.

Финансовая, налоговая и кредитная политика, проводимая государством и администрацией субъекта РФ, оказывает существенное влияние на эффективность деятельности локального рынка. Так, предоставление товарных и коммерческих кредитов и льгот, реструктуризация задолженности по налогам для контрагентов локального рынка, стимулируют их деятельность. Кроме того, важным экономическим инструментом, регулирующим свободу входа на рынок, являются различного рода тарифы. Их грамотное использование способствует поступательному развитию локального рынка продукции, традиционной для конкретного региона, и препятствует входу на рынок межрегиональных конкурентов.

Условия доставки и хранения товарной продукции, максимальная приближенность производителя к покупателю имеют немало важное значение. Выделение в отдельную группу нормативно–правовых фактов, влияющих на эффективность функционирования локального рынка потребительских товаров,

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		15

стало необходимым по ряду причин. Законодательные акты, издаваемые правительством РФ, министерствами и ведомствами, а также региональными и муниципальными властями, представляют собой правовую основу, регламентирующую деятельность не только локальных рынков, но и субъектов хозяйствования, влияющих на них. Принятые правительством РФ концепция развития автопрома, протекционистские меры по защите автомобильного рынка в целом, положительно сказываются на развитии автосборочных предприятий и производств на территории России. Поддержанию спроса на отечественные автомобили способствуют меры, принятые правительством РФ (уравнивание юридических и физических лиц при ввозе автомобилей, продление срока действия таможенных пошлин на подержанные иномарки). Благодаря этому рынок иномарок в ближайшие годы может достигнуть 300 000 единиц в год, что значительно превышает выпуски предыдущих лет. При этом в лучшем положении окажутся фирмы, имеющие свои заводы в России, чем те, кто ввозят автомобили.

Важным фактором для российского авторынка могут стать новые правила торговли автомобилями, вступившие в действие с октября 2003 года в странах Евросоюза. По этим правилам производители не смогут указывать дилерам, какие марки автомобилей, где, за сколько и как продавать. Производитель не сможет настаивать на том, чтобы рядом с его маркой не стояли другие. Нельзя обязывать своих дилеров открывать офисы продаж автомобилей в каких-либо странах и вообще ограничивать их деятельность по географическому признаку. Распространение этих правил в России может изменить взаимоотношения между производителями и активизирует создание мультибрендовых салонов. Таким образом, успешное функционирование локальных рынков напрямую зависит от нормативных документов, принимаемых на всех уровнях.

К общерегиональным факторам отнесены: геополитическое положение региона, наличие природных ресурсов, численность, половозрастная структура, уровень и качество жизни населения. Первые два фактора являются

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		16

определяющими при производстве того или иного товара. Остальные факторы формируют емкость локального рынка, его структуру и ассортимент предлагаемой продукции и услуг. Значительное влияние на деятельность локального рынка потребительских товаров оказывает структура промышленного комплекса региона и структура производства, это объясняется тем, что локальный рынок в значительной степени формируется, по определению, из товаров, которые производятся на его территории.

К специфическим факторам целесообразно относить инфраструктурные элементы, с помощью которых осуществляется обслуживание локального рынка. Это наличие и структура организованных рынков и складского хозяйства, тароупаковочной индустрии, информационного обеспечения и профессиональный состав работников торговли и сервисного обслуживания, объекты торговли.

Механизм функционирования рынка автосервисных услуг складывается из механизмов поведения хозяйствующих субъектов на рынке, а также взаимодействия цен, спроса и предложения. Поведение субъектов этого рынка определяет структура рынка автосервисных услуг. При первом рассмотрении спрос на автосервисные услуги зависит от количества и доходов потребителей данных услуг (автовладельцев). С другой стороны, спрос на автосервисные услуги зависит от цены на них. Однако применение классического подхода, предполагающего зависимость спроса лишь от двух факторов доходов и цен, в данном случае приводит к чрезмерному упрощению и даже искажению ситуации. Согласно закону спроса, при неизменности всех прочих параметров, снижение цены на товар ведет к соответствующему возрастанию величины спроса на него, и, наоборот, повышение цены ведет к соответствующему уменьшению величины спроса. К смещению всей кривой спроса, т.е. к увеличению спроса, кроме ценовых детерминант, приводит изменение и неценовых факторов как объективного, так и субъективного характера. К ним, мы считаем, следует отнести факторы, влияющие на формирование спроса.

К неценовым факторам, формирующим спрос на автосервисные услуги, относятся следующие:

1 Парк автомобилей, находящихся в личном пользовании граждан и в собственности организаций: общая численность, распределение по маркам и моделям машин.

К факторам, обуславливающим изменение показателя парка автомобилей, относятся:

- производство автомобилей;
- мощности отечественного автомобилестроения;
- экспорт и импорт автомобилей;
- количество продаваемых автомобилей;
- цена на автомобили;
- доступность автомобилей;
- доходы населения.

Рост темпа жизни (особенно в крупных городах) в связи с переходом России на рыночный тип экономического хозяйствования постепенно меняет отношение россиян к автомобилю. Автомобиль перестал быть роскошью и является средством удовлетворения насущной потребности выживания в быстроменяющихся рыночных условиях. Увеличение количества продаж автомобилей способствует росту спроса на автосервисные услуги. Мощности отечественного автомобилестроения, экспорт и импорт автомобилей существенно определяют прирост парка автотранспортных средств. Действие этих факторов подчинено законам спроса и предложения рынка продаж автомобилей и зависит от сложившегося уровня цен и доходов населения. Важным индикатором, характеризующим соотношение спроса и предложения и отражающим рыночную конъюнктуру, является показатель доступности автомобиля для потребителя. Этот показатель рассчитывается как отношение доходов населения (за год) к цене автомобилей и дифференцируется по группам потребителей и видам автомобилей. Чем выше этот показатель, тем

более доступным является автомобиль и тем больше вероятность его продажи потребителю определенной группы. Доступность автомобилей очень сильно дифференцируется в зависимости от их классов и групп населения. По экспертным оценкам, по сравнению с дореформенным периодом низшие классы отечественных автомобилей стали более доступны для средних слоев населения, в то время как доступность большей части рынка автотранспортных средств (и в особенности новых иномарок) уменьшилась для подавляющей части граждан России. При этом по многим сочетаниям пары “класс машины – доходная группа населения” автомобиль стал практически недоступен. Прямое воздействие величины доходов проявляется через увеличение парка автотранспортных средств и изменение его структуры. Это определяется различными возможностями приобретения автомобиля, сильно дифференцированными по доходным группам населения.

2 Интенсивность эксплуатации автомобилей. Этот фактор, в свою очередь, зависит от следующих показателей:

- пробег автомобиля с начала эксплуатации «возраст» автомобиля;
- среднегодовой пробег автомобиля.

Пробег автомобиля с начала его эксплуатации оказывает существенное влияние на объем текущего ремонта, среднюю его периодичность, номенклатуру ремонтных работ и удельную стоимость технического обслуживания и технического ремонта. У легковых автомобилей, прошедших капитальный ремонт, число случаев ремонта на 1000 км пробега может быть ниже, чем у автомобилей, не прошедших такового, в 3–5 раз.

3 Качество и комплексность оказываемых автосервисных услуг.

Зависимость спроса от этого фактора выглядит следующим образом. Чем выше уровень предлагаемых автосервисных услуг и больше их номенклатура, тем меньше работ осуществляется населением в порядке самообслуживания, тем выше доля работ, приходящихся на предприятия автосервиса, и таким образом растет спрос на их услуги. Уровень качества услуг оказывает двойное

воздействие. Во–первых, напрямую влияет на объемы выполняемых автосервисных работ в текущем периоде. Во – вторых, создает базу для развития рынка автосервисных услуг в будущем. Объясняется это тем, что высокий общий уровень качества автосервиса способствует росту автомобильного парка и изменению его структуры, т.к. население увеличивает покупки дешевых автомобилей с высоким показателем «возраста» и пробега (рост популярности у автовладельцев подержанных иномарок). Развитие данного сегмента автопарка способствует повышению спроса на услуги автосервиса.

Таким образом, возникает мультипликативный эффект самоподдержания спроса на автосервисные услуги, своего рода обратная связь между динамикой парка автомобилей и качеством автосервиса. Действие этого эффекта можно было наблюдать в прошлом, когда показатель качества автосервисных услуг находился на очень низком уровне. Длительное время в условиях дореформенного периода крайне низкое качество автосервисных услуг было одним из факторов, сдерживающих рост числа автомобилей. В стране постоянно существовал неудовлетворенный спрос на автомобили, который имел тенденцию к росту. Это обстоятельство способствовало тому, что парк автомобилей не обновлялся: они не имели ограничений по срокам службы и практически не выбывали, а частично переоборудовались на предприятиях автосервиса путем замены отдельных деталей и даже замены кузова. Поддержание рабочего состояния таких автомобилей требовало массового перерасхода запчастей узлов и деталей, отвлекало производственные мощности автосервисных предприятий на несвойственные им функции и создавало ряд негативных социальных явлений, самым значимым из которых являлся низкий показатель безопасности дорожного движения.

Увеличение мощностей автосервисной отрасли, развитие и повышение комплексности автосервисных услуг в условиях конкурентной борьбы за клиента в годы экономических реформ существенно повысило уровень

качества обслуживания автотранспортных средств. Наряду с ростом доходов наиболее обеспеченных и средних слоев населения, этот фактор явился стимулом для роста парка автомобилей и повышения уровня автомобилизации страны.

4 Плотность размещения автосервисных предприятий и других предприятий системы обслуживания автотранспорта и автовладельцев.

Плотность размещения автосервисных предприятий существенно влияет на качество услуг и определяет уровень насыщенности рынка автосервисными услугами. Оптимальное размещение предприятий автосервиса позволяет снизить непроизводительные потери времени и средств клиентов (транспортировка автомобиля и ожидание в очереди) и тем самым повышает уровень спроса на услуги. Кроме того, на рост уровня спроса косвенным образом влияет также размещение остальных элементов системы обслуживания автотранспорта и автовладельцев как возможность комплексного удовлетворения потребностей.

5 Доходы потребителей и уровень цен на услуги автосервиса.

По эластичности спроса по доходу (в соответствии с классификацией групп услуг) автосервисные услуги относятся, как правило, к группе услуг, предполагающих некоторый пороговый уровень доходов, после которого начинается спрос. В ряде случаев влияние фактора проявляется в возникновении потребности в услугах, повышающих уровень комфорта в автомобиле, установка кондиционера, автоматической коробки передач, подогрева сиденья и т.д.

6 Состояние дорожной сети: протяженность и плотность автомобильных дорог.

Высокая плотность дорог и интенсивность дорожного движения формирует большой поток автовладельцев потенциальных клиентов предприятий автосервиса в определенном районе. Местоположение автосервисного предприятия в центре крупного города или в сельской

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		21

местности непосредственно влияет на количество клиентов, а, следовательно, на уровень спроса. Дорожные условия определяют режим работы автомобиля и характеризуются технической категорией дороги (пять групп), видом и качеством дорожного покрытия, сопротивлением движению автомобиля, элементами дороги в плане (шириной дороги, радиусами закруглений, величиной подъемов и уклонов). Тип покрытия дороги оказывает существенное влияние на режимы работы автомобиля и его агрегатов, а, следовательно, и на число ситуаций выхода их из строя, что потребует соответствующего ремонта на предприятии автосервиса. Спрос в данном случае находится в обратной зависимости от данного фактора.

7 Надежность конструкции и качество автомобилей, т.е. эксплуатационные качества автотранспортных средств.

Надежность это свойство автомобиля выполнять транспортную работу, сохраняя функции установленных эксплуатационных показателей в заданных пределах. Качество это совокупность свойств автомобиля, обуславливающих его пригодность удовлетворять потребности в перевозках в соответствии с назначением автомобиля. Данный фактор оказывает обратное воздействие на уровень спроса. Повышение надежности и качества автомобилей обеспечивается автомобильной промышленностью за счет выпуска автомобилей новых конструкций, обладающих большей эксплуатационной надежностью и технологичностью (ремонтпригодностью).

8 Качество горючесмазочных материалов и запасных частей.

Качество топлива и запасных частей непосредственно влияет на износ автомобиля. Высокий уровень данных показателей увеличивает долговечность автомобиля и уменьшает число отказов автомобильных узлов и агрегатов. Таким образом, низкий уровень качества ГСМ и запасных частей ведет к росту спроса на услуги автосервиса, а высокий наоборот, к его уменьшению. Качество топлива и запасных частей формирует уровень производства и технологии на нефтеперерабатывающих комбинатах, автозаправочных

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		22

станциях и автомобильных заводах.

9 Доступность автосервисных услуг.

Для удовлетворения потребностей и увеличения спроса населения в ТО и ремонте автомобилей существенное значение имеет проблема рационального размещения станций технического обслуживания, которые должны быть территориально приближенными к клиенту, а не наоборот.

10 Условия эксплуатации автомобилей.

Условия эксплуатации, при которых используется автомобиль, влияют на режимы работы агрегатов и деталей, ускоряя или замедляя интенсивность изменения параметров их технического состояния. Изменение технического состояния автомобиля потребует соответствующего технического обслуживания и ремонта и тем самым напрямую повлияет на уровень спроса на услуги предприятий автосервиса. Данная группа включает в себя ряд факторов:

- условия хранения автомобилей;
- квалификацию владельцев автомобилей как водителей, общий уровень их технического образования, навыков;
- интенсивность дорожного движения.

Статистические исследования показали, что открытый способ хранения автомобилей (особенно в зимний период), по сравнению с хранением в закрытых или отапливаемых помещениях гаражах, увеличивает объем ремонтных работ на 20 - 40%. По результатам исследований, число случаев ремонта автомобиля у достаточно квалифицированного водителя в 2 раза меньше, чем у менее опытного (новичка). Интенсивность дорожного движения характеризуется влиянием внешних факторов на режимы движения и, следовательно, на режимы работы автомобиля и его агрегатов. Режимы работы легкового автомобиля при интенсивном городском движении изменяются по сравнению с загородной дорогой и приводят к быстрому износу агрегатов автомобиля, что требует соответствующего ремонта.

11 Комплекс социальных условий. В данный комплекс включаются

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		23

следующие показатели:

- демографическая характеристика населения;
- структура занятости;
- среднее преодолеваемое расстояние и транспортная подвижность населения в совокупности с развитостью сети общественного транспорта.

Демографическая ситуация влияет на характеристики потребителей, что не может не сказаться на рынке автосервисных услуг. Так, например, тенденция к росту мужского населения ведет к увеличению числа потенциальных автовладельцев и положительно влияет на развитие рынка автосервисных услуг. Чем выше образованность и культурный уровень автовладельцев, тем более высокие требования предъявляются к качеству работы и обслуживания на предприятиях автосервиса. Этот же фактор косвенно влияет на возрастную и марочную структуру автомобильного парка. Необходимость ежедневного преодоления значительных расстояний при недостаточной развитости сети общественного транспорта также оказывает влияние на показатель насыщенности автотранспортом, а значит, и на повышение спроса на услуги автосервиса.

Все эти факторы влияют на изменение спроса на рынке автосервисных услуг и на его структуру.

Рассмотрим факторы, влияющие на предложение автосервисных услуг. Кроме естественной ответной реакции на повышение спроса на услуги или изменение его структуры, на предложение автосервисных услуг влияет ряд факторов макроуровня, формирующих внешние условия для организации данного бизнеса и его привлекательности.

1 Наличие адекватной нормативно – правовой базы.

Развитие и совершенствование нормативно–правовой базы, регламентирующей лицензирование и сертификацию услуг автосервиса, регулирующей отношения между государственными, налоговыми органами, участниками автомобильного рынка, страховыми и кредитными организациями

при отсутствии излишних административных барьеров благоприятно воздействует на предложение услуг предприятиями автосервиса.

2 Развитие технологий и разработка нового оборудования для технического обслуживания и ремонта автомобилей.

Внедрение новых технологий технического обслуживания и ремонта автомобилей и нового оборудования приводит к расширению на предприятиях номенклатуры оказываемых услуг (ремонт электрических систем, автомеханики автомобиля и т.д.).

3 Развитие системы подготовки и переподготовки кадров.

Качество персонала его профессиональный (технический и сервисный) уровень влияет на качество услуг автосервиса. Наличие квалифицированного персонала делает автосервисные предприятия конкурентоспособными и позволяет быстро реагировать на рыночную конъюнктуру, изменяя предложение тех или иных видов услуг. Рост количества специалистов в данной отрасли приведет к увеличению новых видов услуг с применением сложного оборудования (например, Автомеханики).

4 Наличие или отсутствие нормально функционирующей системы инвестирования и кредитования автосервисных предприятий.

Поддержка малого предпринимательства (большинство автосервисных предприятий относятся к данному сектору экономики) государством, развитие лизингового и банковского кредитования коммерческими банками способствует увеличению количества предприятий автосервиса, расширению их производственной базы. Это, в свою очередь, приведет к увеличению предложений на рынке автосервисных услуг.

5 Налоговый климат в целом и в данной сфере деятельности в частности.

Повышение налогов является тормозом в развитии автосервисных предприятий, их модернизации и расширении. Данное обстоятельство отрицательно сказывается на возможности предоставления новых видов автосервисных услуг. Руководство предприятий вынуждено, в некоторых

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		25

случаях, идти на сокращение номенклатуры услуг. Таким образом, изменение налогообложения в целом приводит к изменению предложений на рынке автосервисных услуг.

Изменение хотя бы одного из этих факторов приводит к изменению предложения на рынке автосервисных услуг. Выделенные и обоснованные факторы можно классифицировать как факторы непосредственного влияния на формирование спроса и предложения на рынке автосервисных услуг.

Таким образом, совокупность факторов, определяющих развитие локального рынка автосервисных услуг, находится в сложной диалектической взаимосвязи. Изменения действия этих факторов вызывает изменения действия других. Особенностью этих факторов является то, что они вызывают изменения как общей емкости, так и структуры рынка, а других то, что они не изменяя общей емкости рынка вызывают его структурные изменения. В процессе исследования развития рынка необходимо изучить механизм действия систем факторов и измерить совокупные результаты их влияния на объем и структуру предложения на конкретном рынке услуг. Следует отметить, что выявить всю совокупность факторов и рассчитать влияние каждого конкретного из них на развитие локального рынка автосервисных услуг достаточно сложно и трудоемко. Риск предпринимателя всегда ограничивается фактором времени, поэтому для конкретного расчета емкости рынка автосервисных услуг необходимо выделить основные факторы и учитывать их основное влияние, используя различные методы.

2 Анализ финансово–хозяйственной деятельности ООО «Ульника»

2.1 Общая характеристика ООО « Ульника»

Город Красноярск имеет достаточно большой арсенал предприятий занятых оказанием услуг автовладельцам. Расположение предприятия не играет большой роли в выборе автовладельца. Основопологающим в конкурентной борьбе предприятия, оказывающего сервисные услуги автовладельцам, является качество услуг, оснащение современным оборудованием, спектром оказываемых услуг, доступностью цен и насыщенностью материально-технической базы.

Крупными предприятиями по оказанию сервисных услуг автовладельцам в городе Красноярске являются: «Конверсия», «Дзидоси Моторс», «Сакура Моторс», «Находка», «Авторип Плюс», «VAG – сервис», «Одиссей» «Оскар».

Таблица 2.1 – Основные конкуренты ООО «Ульника» и их показатели

Исследуемые показатели	Конкуренты			
	Конверсия	VAG – сервис	Дзидоси Моторс	Сакура Моторс
Качество услуг	высокое	среднее	среднее	высокое
Ассортимент услуг	средний	средний	низкий	средний
Срок гарантии на ремонт	6 мес.	нет	3 мес.	6 мес.
Средняя стоимость 1 н/ч работ.руб.	900	750	800	950
Технологический уровень используемого оборудования	средний	низкий	низкий	средний
Скорость выполнения заказа	высокая	средняя	средняя	средняя
Наличие автомойки	нет	нет	нет	нет
Удобство месторасположения	хорошее	среднее	хорошее	хорошее
Комплексность услуг	низкая	средняя	средняя	низкая
Уровень культуры обслуживания	высокий	средний	высокий	высокий
Применение современных методов маркетинга и управления персоналом	Есть	Есть	Нет	Нет

При наличии такого большого обилия станций по обслуживанию автомобилей, они затрагивают лишь часть услуг. В основном станции имеют в своем предложении клиенту лишь некоторое количество услуг, оказываемых ими, связанных одним или несколькими близкими технологическими процессами. По полноте оказываемых услуг ООО «Ульника», имеет схожесть с такими предприятиями, как «Конверсия», «Дзидоси Моторс», «Сакура Моторс», «VAG–сервис» – они и будут являться главными конкурентами «Ульника». Станции различаются уровнем персонала, местом расположения, качеством обслуживания, оснащенностью, ориентацией на сегменты рынка.

Рассмотрим исследуемое предприятие ООО «Ульника».

Предприятие относится к организационно-правовой форме как Общество с ограниченной ответственностью.

Режим работы круглогодичный: по будням и выходным с 10:00 до 22:00.

ООО «Ульника» осуществляет свою деятельность в сфере сервисных услуг на территории Красноярска с 2008 года.

Предприятие нацелилось преимущественно на целевую аудиторию, специализировавшись на автомобилях корейского и японского производителя, и конкретно – Киа, Хендай, Тойота, завоевав свою нишу в обслуживании именно этих марок. Понятно, что эти компании хотели получать в данном сервисе весь комплекс услуг по ремонту своих авто. Причем получать его быстро, на самом высоком качественном уровне. Поэтому вскоре у техцентра возникла острая необходимость в расширении как своей производственной базы, так и спектра предоставляемых услуг. В большей степени это касалось, сегмента мелкосрочного ремонта и мытья автомобиля.

Автосервис ООО «Ульника» - это современный техцентр, оборудованный профессиональной техникой для высокоточной автомеханики и качественного ремонта автомобилей иностранного производства. Основное направление деятельности автотехцентра - поставарийное обслуживание и ремонт автомобилей с 2001 года выпуска.

Перечень выполняемых работ:

- компьютерная диагностика, регулировка (профилактика) и ремонт двигателей автомобилей;
- компьютерная диагностика и ремонт ходовой части автомобилей, шиномонтаж;
- диагностика и ремонт автоматических коробок передач;
- диагностика и ремонт электрических систем автомобилей;
- весь комплекс по профилактике топливной системы, включая ультразвуковую промывку форсунок.

Обслуживая автомобиль в данном автосервисе, клиенты получают:

- гарантию безупречного качества выполненных работ;
- скидки на установку приобретенных в данном автосервисе запчастей;
- гибкую систему скидок для постоянных клиентов;
- информационную поддержку высококвалифицированных мастеров и опытных специалистов.

Помимо вышеперечисленных услуг сервис предлагает качественную установку сигнализации и другого дополнительного оборудования с соблюдением всех стандартов заводов – изготовителей, как автомобиля, так и дополнительного оборудования. Также компания выполняет качественную покраску автомобиля.

На данный момент в ООО «Ульника» действует линейная структура, так как она наиболее подходит для нашего автосервиса, численность персонала которого составит 46 человек.

Штат предприятия представлен в таблице 2.2

Таблица 2.2 – Численность работников ООО «Ульника», чел.

Наименование	Количество
Штатное число производственных рабочих	32
Число вспомогательных рабочих	8
Число административно– технических работников	6
Всего	46

Общая численность работников предприятия составляла в отчетном году 46 человек, в том числе 32 производственных рабочих, что является оптимальным для предприятия сферы автосервисных услуг.

Комплекс ТОД (технический отдел документации) – выполняет ТО (технический осмотр), регламентные работы, сопутствующие работы и работы по диагностике автомобилей.

Комплекс ТР (технический регламент) – объединяет подразделения, производящие работы по замене неисправных агрегатов, узлов и деталей автомобилей на исправные, а также крепёжно– регулировочные работы по ТР непосредственно на автомобилях. Комплекс РО (работы по обслуживанию) – объединяет подразделения, производящие работы по обслуживанию и ремонту снятых с автомобилей агрегатов, узлов и деталей, а также другие работы, не связанные с непосредственным выполнением их на автомобилях.

Поступающие на ТО и ремонт автомобили поступают на участок приемки для определения технического состояния автомобиля, необходимого объема работ и их стоимости. Автомобили поступают на приемку. Мастером заполняется наряд – заказ, назначается ремонтный рабочий на данный автомобиль. Клиенту выдается акт – приемки автомобиля в ремонт. В нем указывается неисправность, дата приемки, дата выполнения заказа, исполнитель, список оснастки автомобиля. После этого клиент получает пропуск на территорию.

После приемки автомобиль отправляется на рабочие посты соответствующих производственных работ и проверки качества автомобиль направляют в зону хранения, а далее непосредственно выдается. Пропуск на выезд выписывается в том случае, если клиентом оплачены полностью все работы.

Участок приемки и выдачи совмещены, они являются начальным и конечным пунктом пребывания автомобиля на станции. При приемке выполняется комплекс контрольно – осмотровых работ по определению общего

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		30

технического состояния автомобиля и необходимого объема работ. Производятся следующие работы: внешний осмотр автомобиля и проверка его комплектности; проверка агрегатов и узлов, на которые указывает владелец; проверка технического состояния автомобиля для выявления дефектов, не заявленных владельцем; определение и согласование с заказчиком ориентировочного объема работ, стоимости и сроков выполнения, а также способа устранения дефекта; оформление приемочных документов. При выдаче автомобиля после проведения всех работ, указанных в наряд – заказе, производится контроль качества, внешний осмотр автомобиля, проверка комплектности и сдача автомобиля владельцу.

Как было сказано выше, для оказания качественных услуг очень важна слаженность работ управленческого персонала, что немыслимо без четкого понимания процесса оказания услуг и четкого его документирования. Успешное планирование и безупречное выполнение каждой фазы оказания услуги стоит удовлетворение клиента и обеспечивает повышение прибыли. Необходимо, чтобы работа выполнялась правильно, эффективно и последовательно с целью удовлетворения клиента и получения прибыли. Большинство проблем с клиентом возникают из-за того, что кто-то из работников станции не выполнил одно из необходимых действий, или эти действия были выполнены непоследовательно.

2.2 Анализ финансово – хозяйственной деятельности ООО «Ульника»

Анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятия представляет собой исследование основных характеристик финансового состояния, таких как: ликвидность баланса, текущая и принципиальная платежеспособность предприятия, финансовая устойчивость, деловая активность, рентабельность, кредитоспособность, возможность банкротства.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		31

Данный метод исследования структуры баланса является простым, однако не дает точного представления о степени ликвидности баланса.

Таблица 2.3 – Анализ ликвидности баланса ООО «Ульника» за 2015 г, тыс.руб.

Обозначение	Наименование	Начало года	Конец года	Обозначение	Наименование	Начало года	Конец года
A1	Легко реализуемые активы ДС+КФВ	18351	130177	П1	Наиболее срочные пассивы КЗ	237701	360847
A2	Быстро реализуемые активы НМОС– А1	297255	413941	П2	Краткосрочные пассивы КО– П1	200308	152748
A3	Медленно реализуемые активы МОС	218338	279366	П3	Долгосрочные пассивы ДО	718738	708100
A4	Трудно реализуемые активы Вна	641194	417835	П4	Постоянные пассивы СК	18391	19624
ИТОГО		1175138	1241319	ИТОГО		1175138	1241319

Таблица 2.4– Расчет абсолютной ликвидности ООО «Ульника» за 2015 г., тыс.руб.

Стандарты абсолютной ликвидности	Начало года	Конец года
$A1 \geq П1$	$A1 \leq П1$	$A1 \leq П1$
$A2 \geq П2$	$A2 \geq П2$	$A2 \geq П2$
$A3 \geq П3$	$A3 \leq П3$	$A3 \leq П3$
$A4 \leq П4$	$A4 \geq П4$	$A4 \geq П4$
	$A1+A2=18351+297255=315606$	$A1+A2=130177+413941=544118$
	$П1+П2=237701+200308=438009$	$П1+П2=360847+152748=513595$
	$A1+A2 \leq П1+П2$	$A1+A2 \geq П1+П2$
	$315606 \leq 438009$	$544118 \geq 513595$

Одно из первых двух уравнений не выполняется – уравнение текущей ликвидности. Делаем проверку. Баланс далёк от абсолютной ликвидности, т.к. не выполняется условие $A1 + A2 = П1 + П2$ ($315606 \leq 438009$, $544118 \geq 513595$). На начало года уравнение текущей ликвидности не выполняется, т.е. у

предприятия недостаточно денежных средств и краткосрочных финансовых вложений для погашения кредиторской задолженности.

Уравнение перспективной ликвидности выполняется, так как у предприятия достаточно дебиторской задолженности для погашения краткосрочных кредитов и займов, при условии своевременных расчетов с дебиторами. Уравнение прогнозной ликвидности не выполняется, так как у предприятия присутствуют долгосрочные обязательства.

Балансовое неравенство не выполняется на конец года. Это говорит об отсутствии собственных оборотных средств у предприятия, нет основы для финансовой устойчивости предприятия.

Коэффициент, как экономический показатель, дает возможность соизмерить две величины, определить во сколько раз одно больше другого или какую часть одна величина составляет от другой. Таким образом, с помощью коэффициентов можно аннулировать структуру баланса, а так же можно соизмерить вложенный капитал.

В финансовом анализе выделяют 4 основных группы финансово – оперативных коэффициентов:

- коэффициенты ликвидности;
- коэффициенты платежеспособности (финансовой устойчивости);
- показатели деловой активности;
- коэффициенты рентабельности (прибыльности).

Первые две группы коэффициентов отражают структуру баланса, а третья и четвертая результаты оборота капитала. Они характеризуют платежеспособность предприятия, то есть его способность погашать в течении года свои краткосрочные обязательства за счет оборота оборотных средств.

Поскольку различные группы различных активов имеют различную ликвидность, рассчитываются несколько показателей ликвидности, как соотношение этих групп текущих активов с краткосрочными обязательствами предприятия (приложение А).

K_{1-1} – коэффициент абсолютной ликвидности, показывает, какую часть краткосрочных обязательств предприятие в состоянии погасить за счет самой ликвидной части активов ДС + КФВ.

На начало года предприятие может за счёт суммы денежных средств и краткосрочных финансовых вложений (130177 тыс.руб.) погасить 0,04 краткосрочных обязательств, что намного меньше норматива и говорит о низкой текущей платёжеспособности предприятия. Но к концу года значение коэффициента абсолютной ликвидности увеличилось до 0.25, что говорит о повышении платёжеспособности.

K_{1-2} – коэффициент промежуточного покрытия.

Данный коэффициент отражает перспективные платёжные возможности предприятия при условии своевременного расчета с дебиторами. Нормативное значение равно 1, говорит о том, что для нормальной текущей платёжеспособности предприятия нематериальные оборотные средства должны равняться краткосрочным обязательствам.

На начало года предприятие не в состоянии за счет нематериальных оборотных средств покрыть краткосрочные обязательства, так как K_{1-2} (н. г.) (0,72) меньше нормативного значения (0,8–1), это свидетельствует о низкой платёжеспособности. К концу года значение коэффициента повысилось до 1,05, что больше нормативного значения и говорит о полной и даже повышенной платёжеспособности предприятия.

K_{1-3} – коэффициент текущей ликвидности.

Данный коэффициент показывает соотношение между оборотными средствами предприятия и его краткосрочными обязательствами. Уровень данного показателя зависит от вида деятельности предприятия и длительностью проектного цикла. Он показывает платёжные возможности предприятия не только при своевременных расчетах с дебиторами, но и при благоприятной реализации готовой продукции и продаж в случае необходимости отдельных элементов материальных оборотных средств. Нормативное значение данного

показателя достаточно высоко, свидетельствует о том, что текущих активов предприятия должно хватать как на погашение краткосрочных обязательств, так и на продолжение непрерывной производственно– хозяйственной деятельности. Данный коэффициент в целом характеризует структуру баланса и является критерием банкротства.

На начало 2015 года при погашении всей дебиторской задолженности за один раз и реализации имеющихся текущих активов (в том числе неликвида), предприятие не в состоянии погасить свои краткосрочные обязательства полностью. Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, что при реализации самой ликвидной части баланса (ДС+КФВ) предприятие может оплатить часть краткосрочных обязательств. Коэффициент промежуточного покрытия превышает норматив в течении исследуемого периода, что говорит о повышающейся платёжеспособности. А коэффициент покрытия текущих обязательств оборотными средствами равен нормативному только на конец 2015 года и держит свою динамику на протяжении исследуемого 2015 года. В конце 2015 года его норматив превышает, что говорит о том, что предприятие в состоянии покрыть текущие обязательства оборотными средствами.

Группа коэффициентов характеризующая структуру финансовых источников деятельности предприятия (пассив) и баланса в целом. Данные коэффициенты отражают степень защищенности интересов инвесторов (собственный капитал) и кредиторов (заемный капитал) в деятельности предприятия. С помощью этих коэффициентов делается вывод о перспективах финансовой устойчивости предприятия и оценивается принципиальная платежеспособность. То есть способность предприятия за счет собственного капитала покрывать внешние обязательства (заемный капитал).

K_{2-1} – коэффициент автономии (собственности) – отражает долю собственного капитала во всех финансовых источниках деятельности.

Доля собственного капитала во всех финансовых источниках составляет 0,02, что меньше нормативного значения. Это означает, что предприятие не

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		35

обладает платежеспособностью, то есть у него недостаточно собственного капитала для покрытия внешних обязательств. Можно говорить о низкой автономности предприятия.

K_{2-2} – коэффициент заемных средств – показывает долю заемного капитала в сумме финансовых источников предприятия.

Доля заемного капитала на начало года составляет 98%, к концу года показатель не изменился и так же составил 98%, что свидетельствует о зависимости предприятия от кредиторов. Таким образом, в деятельности предприятия преобладают интересы инвесторов.

K_{2-3} – коэффициент мобильности (маневренности) собственных средств – он отражает долю собственных оборотных средств в собственном капитале.

Собственных оборотных средств у предприятия нет, они образованы за счёт заёмных средств. На начало года доля собственных оборотных средств в собственном капитале понизилась до 3%, что свидетельствует о низкой маневрируемости капитала. На конец года она уменьшилась до 2%. У предприятия нет основы для финансовой устойчивости.

K_{2-4} – коэффициент финансовой напряженности предприятия и отражает долю краткосрочных обязательств во всех финансовых источниках предприятия.

Доля краткосрочных обязательств на начало года составляет 4%, что больше нормативного значения и свидетельствует о повышенной финансовой напряженности предприятия. К концу года доля краткосрочных обязательств осталась без изменений – 4% и так же не соответствует нормативному значению, и свидетельствует о повышенной финансовой напряженности предприятия.

K_{2-5} – коэффициент кредиторской задолженности. Он отражает долю кредиторской задолженности в заемном капитале.

Доля кредиторской задолженности в заёмном капитале на начало года составила 20%, а к концу года она увеличилась на 10% и составила уже 30%,

что говорит о том, что заёмный капитал представлен на 1/3 кредиторской задолженностью.

Доля собственного капитала в балансе 1,5% и имеет тенденцию снижаться (на отчетный год 0,8%). Коэффициент автономии ниже нормативного значения и продолжает снижаться, что ведёт к необходимости дополнительного финансирования, которое выполняется за счет заёмных средств. Следовательно, если коэффициент автономии низкий, то коэффициент заёмных ресурсов превышает свой норматив. Коэффициент мобильности собственных средств равен нулю, так как у предприятия нет собственных оборотных средств (их структура состоит на конец года из 99,2% заёмного капитала). Из этого следует, что предприятие испытывает финансовую напряжённость и коэффициент финансовой напряжённости растёт. Коэффициент кредиторской задолженности увеличивается, т.к. собственных средств нет у предприятия и финансирование частично идёт за счёт кредитования товаром, точнее отсрочкой платежей при поставках товара или услуг.

Характеризует интенсивность использования капитала и отдельных его элементов. Измерителями этих процессов являются показатели оборачиваемости, которые отражают величину выручки приходящуюся на единицу капитала. Оборачиваемость средств вложенных в активы непосредственно влияет на финансовое положение предприятия, так как отражает скорость возврата вложенных средств в денежной форме. На скорость оборота влияют многие внутренние факторы деятельности. Это в первую очередь структура активов, определяющаяся видом деятельности предприятия и длительностью производственного цикла. Кроме этого влияет величина создаваемых материальных запасов, ценовая и сбытовая политика и т.д. Ускорение оборачиваемости капитала приводит к его высвобождению при прочих равных условиях – абсолютному (сокращение капитала без уменьшения выручки) и относительном (если капитал не сократился, а выручка выросла). И

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		37

в том и в другом случае происходит относительное сокращение затрат, что является реальным и важнейшим способом улучшения финансового состояния предприятия.

Укрепление его платежеспособности и наоборот, замедление оборачиваемости капитала требует привлечение дополнительных средств для продолжения хозяйственной деятельности в прежних размерах. Уровень затрат растет, а рентабельность снижается.

K_{3-1} – коэффициент общей оборачиваемости капитала – дает наиболее обобщенное представление о хозяйственной активности предприятия. Он показывает размер выручки, как непосредственного результата оборота получаемой предприятием с каждого рубля капитала вложенного в деятельность предприятия.

На начало года оборачиваемость капитала составила 2.1 оборота. К концу года оборачиваемость уменьшилась до 1,7 оборотов, т.е. время возврата вложенного капитала уменьшилось и выручка снизилась.

Показатели оборачиваемости дополняются показателями длительности первого оборота. На начало года капитал полностью совершил оборот за 174 дня, а к концу года оборачиваемость увеличилась до 215 дней. Таким образом, предприятие можно считать с низкой деловой активностью.

K_{3-2} – коэффициент мобильности активов – отражает долю текущих активов в их сумме.

На начало года мобильность активов составила 45%, а на конец года мобильность активов стала быстрее и составила 66%. Таким образом, деловая активность за год повысилась, что при дальнейшем росте ТА положительно повлияет на бесперебойность работы и расчеты с кредиторами.

K_{3-3} – коэффициент оборачиваемости оборотных средств. Показывает размер выручки получаемой предприятием с каждого рубля вложенный в оборот средств.

Оборачиваемость средств на начало года составила 4,58 оборота т.к. оборачиваемость на начало года была более активной, а на конец года понизилась и оборот вложенных средств составил 2,57. Таким образом, оборачиваемость оборотных средств на начало года составила 80 дней, а к концу года увеличилась до 142 дней. Следовательно, деловая активность за год снизилась.

K_{3-4} – коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности – показывает насколько эффективно дебиторы оплачивают продукцию. Снижение данного показателя может сигнализировать о росте числа неплатежеспособных клиентов и других проблемах сбыта, но может быть связан и с переходом компании к более мягкой политике взаимоотношений с клиентами, направленной на расширение доли рынка. Чем ниже оборачиваемость дебиторской задолженности, тем выше будут потребности компании в оборотном капитале для расширения объема сбыта.

На начало года оборачиваемость дебиторской задолженности составила 8,2 оборота за 45 дней, к концу года оборачиваемость снизилась до оборота за 72 дня. Это влияет на ухудшение финансового состояния предприятия, т.к. не вовремя оплаченные счета дебиторами не приносят денежных средств в оборотные предприятие.

K_{3-5} – коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности – чем выше данный показатель, тем быстрее компания рассчитывается со своими поставщиками. Снижение оборачиваемости может означать как проблемы с оплатой счетов, так и более эффективную организацию взаимоотношений с поставщиками, обеспечивающую более выгодный, отложенный график платежей и использующую кредиторскую задолженность как источник получения дешевых финансовых ресурсов.

На начало года оборот кредиторской задолженности составил 10,3 оборота за 35 дней, к концу года оборот уменьшился до 5,9 оборота за 62 дня. Таким образом, оборачиваемость кредиторской задолженности (выплата

поставщикам) происходит более активно, чем дебиторской задолженности, что способствует ускоренной выплате кредиторских обязательств «инвестрам», но при этом такие оплаты кредиторам требуют дополнительных источников финансирования, так как поставщики платят медленнее, чем предприятие рассчитывается по своим обязательствам.

Оборотные средства повышаются за отчетный период, число оборотов капитала снижается. При постоянном росте активов рассчитаться с кредиторами будет возможно быстрее, то есть количество дней оборота задолженности будет снижаться. Из расчетов видно, что предприятие платит кредиторам быстрее, чем платят дебиторы. Но на конец отчетного 2014 года число оборотов дебиторской задолженности существенно выше кредиторской. Ситуация с выплатами меняется и кредиторы платят медленней, чем предприятие рассчитывается с дебиторами.

Проведенный анализ финансово–хозяйственной деятельности показал, что предприятие относится к неликвидным и финансово неустойчивым, что связано в частности с недостатком денежных средств у предприятия по отношению к размеру краткосрочных обязательств, большой зависимостью от привлеченных источников финансирования, фактически отсутствием собственных средств, наличием проблем по сбору дебиторской задолженности.

В данной ситуации предприятию необходимо приток собственных средств в виде прибыли, которые бы сформировали базу его финансовой стабильности. Для этого необходимо открытие дополнительного автосервиса на базе основного. Рассмотрев такую ситуацию, можно сказать, что более широкий комплекс услуг привлечет большее количество автовладельцев и соответственно к увеличению прибыли.

2.3 Обоснование необходимости открытия дополнительного автосервиса ООО «Ульника»

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		40

Обоснование необходимости открытия дополнительного автосервиса основана на расширении комплекса услуг и увеличение производственных мощностей, а так же обороте капитала и получением максимальной прибыли при минимальных затратах. Поэтому эффективность такой деятельности использования капитала характеризуется степенью достижения этой цели, то есть, прибыльностью (рентабельностью).

В финансовом анализе выделяют две группы показателей рентабельности:

- рентабельность вложений в активы предприятия (рентабельность капитала и отдельных его элементов);
- рентабельность реализации.

Отражает размер чистой прибыли получаемой предприятием с каждого рубля вложенного в деятельность предприятия. До 10% низко рентабельна, от 10% до 20% средне рентабельная и от 20% и выше высоко рентабельная.

На начало 2015 года чистая прибыль с каждого рубля меньше намного, чем на конец года. Чистая прибыль увеличилась на 9,89, что при округлении составит 10% и следовательно предприятие обладает средней рентабельностью.

Данный коэффициент напрямую связан с динамикой цен и уровнем затрат предприятия на производство и реализацию продукции. Может быть полезен как для правильной интерпретации данных об обороте, так и для экономических прогнозов в условиях ограниченного объема рынка, сдерживающего рост продаж. Также, рентабельность продаж является важным показателем для сравнения эффективности организации бизнеса в компаниях, работающих в одной отрасли (конкурентоспособность).

В условиях рынка трудно добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать эффективно его развития, не аккумулировать постоянно информацию о собственном состоянии и перспективах, о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов и т. д. Необходимо не только точно представлять свои потребности на перспективу в материальных, трудовых,

интеллектуальных, финансовых ресурсах, но и предусматривать источники их получения, уметь выявлять эффективность использования ресурсов в процессе работы предприятия.

Основными потребителями предлагаемых услуг являются автовладельцы районов: Советский (внутри которого расположен наш сервисный центр), Железнодорожный, Кировский, Ленинский, Октябрьский, Свердловский, Центральный.

Население Советского микрорайона составляет приблизительно 282598 человек, что показывает таблица 2.5.

Таблица 2.5 – Численность населения и машин по районам в г. Красноярске

Показатель	Численность населения на 1 января, человек		Численность машин на 1 января, шт.	
	2014	2015	2014	2015
г. Красноярск	963580	979625	370014,7	376176
городское население	962717	978870	369683,3	375886,1
сельское население	863	755	331,392	289,92
районы города:	2013г.	2014г.	2013г.	2014г.
Железнодорожный	92762	93775	35620,61	36009,6
Кировский	114248	115171	43871,23	44225,66
Ленинский	144660	145742	55549,44	55964,93
Октябрьский	150771	154763	57896,06	59428,99
Свердловский	128452	131374	49325,57	50447,62
Советский	277019	282598	106375,3	108517,6
Центральный	54805	55447	21045,12	21291,65

Средний показатель по Красноярску 384 автомобилей на 1000 человек из этого следует, что количество автомобилей в данном районе составит примерно 108518 шт.

Можно рассчитывать также на то, что основная часть этих потребителей воспользуется услугами техцентра при условии, что цены на услуги не будут превышать цены конкурентов, поскольку расположение центра технической автомеханики и ремонта прямо в непосредственной близости от места хранения автомобиля создает безусловные удобства для потребителей. Кроме того, при условии хорошего оснащения центра оборудованием, деталями и

высококвалифицированными кадрами, можно рассчитывать на то, что услугами центра технического обслуживания будут пользоваться также и автомобилисты других макрорайонов города.

Анализ рынка автосервисных услуг свидетельствует о том, что прогнозирование спроса на услуги этой отрасли является очень сложной задачей. Спрос может измеряться как в натуральных и условно–натуральных показателях (число заявок на ремонт и обслуживание автомобилей, затраты нормочасов), так и в стоимостном выражении (общая стоимость выполненных услуг).

Уровень спроса на услуги автосервиса зависит от многих факторов как объективного, так и субъективного характера. К числу основных факторов, оказывающих непосредственное влияние на величину спроса, следует отнести следующие:

- парк автомобилей, находящихся в личном пользовании граждан и в собственности организаций. Его общая численность и структурные характеристики - распределение по маркам и моделям, величина годового и общего пробега с начала эксплуатации, срок службы, оценка общего технического состояния;

- уровень организации автотехобслуживания - количество станций технического обслуживания (СТОА) и других предприятий отрасли, их производственные возможности, номенклатура и комплексность производимых работ; время обслуживания клиента, зависящее от пропускной способности постов по каждому виду ремонта; удобство размещения сети автосервисных услуг; резервы запасных частей (как для производства ремонта, так и для продажи), средний уровень качества производимых работ, а также ряд экономических показателей — цены на услуги и запасные части, обеспеченность ресурсами и т.д.

– состояние дорожной сети, протяженность и плотность автомобильных дорог и их состояние, интенсивность дорожного движения и соответствие ему размещения СТОА по территории города, района, области;

– комплекс социальных условий – демографическая характеристика населения, структура занятости с дифференциацией по уровням доходов, квалификация владельцев автомобилей как водителей, общий уровень их технического образования, навыков, склонность к самообслуживанию, транспортная подвижность населения, соблюдение экологических требований к размещению предприятий автосервиса и т.п.

В связи с этим применение классического подхода, предполагающего зависимость спроса лишь от двух факторов – доходов и цен – в данном случае приводит к чрезмерному упрощению и даже искажению ситуации.

Так, если приобретение транспортных средств, в первую очередь, определяется уровнем цен на них и величиной доходов населения, то спрос на услуги по техническому обслуживанию и ремонту в меньшей степени зависит от этих факторов, так как цены на техническое обслуживание и ремонт по сравнению со стоимостью автомобилей и мототехники значительно ниже, а вероятность возникновения потребностей в услугах разных групп населения с различными уровнями дохода примерно одинакова. Цены и доходы в большей степени определяют изменение спроса, а не его абсолютную величину, причем при относительно стабильном парке автотранспортных средств, что не является характерным для сложившейся ситуации в рассматриваемом секторе народного хозяйства.

Если брать во внимание и крупные города, то в последних автосервис следует организовать в новопостроенном микрорайоне, можно даже на голом месте, лишь бы рядом находилась оживленная трасса. В этом случае вам не придется конкурировать со «старожилами» и вести с ними демпинговые и не только войны. В случае «голой земли» можно даже построить автосервис своими руками. И подобный вариант для единичного автосервиса может стать

даже самым лучшим, поскольку вы всегда сможете достроить к станции новые помещения при расширении бизнеса.

Создание сети автосервисов – довольно грамотная стратегия развития. Ведь чем больше у вас будет станций техобслуживания, тем больше клиентов сможете заполучить в разных частях города. И вовсе не обязательно создавать всю сеть за свой счет.

За рубежом подобные схемы практикуются десятилетиями. В России же сетевые идеи только начинают будоражить рынок. Сегодня их активно развивают крупные торговые компании. В сфере авторемонта пока заметных результатов нет, но тенденция уже прослеживается.

Объем технического обслуживания на станциях СТО остался в прежних рамках, однако нет разницы в том, производится ли ремонт Audi A6 или починка российского ВАЗа, все равно стоимость таких работ значительно возросла. Клиенты, руководствуясь принципами экономии, все меньше обращаются в крупные, представительные компании, сферой деятельности которых является автосервис, ремонт Audi, BMW и других «железных коней» они предпочитают доверить так называемым неформалам, производящим починку автомобилей в маленьких частных мастерских. А те автолюбители, что еще остались в списках клиентов компаний, обращаются на СТО из-за крайней безвыходности положения. Если поломка серьезна, например, касается двигателя или ходовой части, то тут уж волей-неволей приходится ехать в автосервис, а вот кузовной ремонт Audi, Форд или Лады, по мнению многих, может подождать до лучших времен.

Вся деятельность автосервиса должна быть направлена на то, чтобы потенциальный клиент осознал полезность конкретной компании и выгоду обращения к ее услугам. А это означает, что работа должна выполняться быстро и на профессиональном уровне. Приемлема специализация ремонта по одному из факторов – модели, марки, классы машин, определенные узлы и свойства машины.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		45

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что средний показатель по Красноярску 384 автомобиля на 1000 человек и г. Красноярск входит в десятку по этому показателю следует, что у нас неплохие перспективы развития в сфере авторемонта. Так же можно отметить тот факт, что наибольшая концентрация автомобилей в Советском районе – порядка 108517 шт. поэтому перспективнее будет открыть новый автосервис именно в этом районе.

Нельзя не отметить тот факт, что снижение доходов населения сильно сказалось на покупательной способности наших граждан, но несмотря на это, можно сказать, что покупать новые автомобили станут реже и возрастет доля поддержанных, а это как следствием будет являться более частый ремонт.

Таким образом, подытожив проведенный анализ, можно сделать следующие выводы.

Анализ деятельности ООО «Ульника» показал, что для повышения эффективности и увеличения прибыльности, необходимо открытие дополнительного автосервиса, оказывающего более широкий комплекс услуг.

Изменение структуры спроса на автомобильном рынке, обусловленное кризисом, приведет к соответствующим изменениям и на рынке услуг по техническому обслуживанию – отечественные автомобили постепенно будут вытеснять дорогостоящие иномарки, так же возрастет и доля поддержанных авто над новыми.

Рост доходности автосервисов, будет обусловлен уменьшением количества игроков на рынке и, как следствие, ослаблением конкуренции, но для того чтобы компания могла выжить в условиях подобного кризиса, она будет готова идти клиенту на встречу, что может сказаться положительно для компании, тем самым, конкуренция останется практически на том же уровне. В этом случае средним игрокам, удастся выжить лишь за счет узкой специализации.

В то же время наличие относительно небольших площадей, импортного оборудования и высококвалифицированного персонала позволит планируемому автосервису сохранять высокую долю на рынке в течение длительного времени.

Всё вышесказанное даёт основание сделать вывод о том, что открытие автосервиса в Красноярске на базе ООО «Ульника» целесообразно.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		47

3 Разработка бизнес-плана открытия нового автосервиса ООО «Ульника»

3.1 Разработка маркетингового плана нового автосервиса ООО «Ульника»

Ввиду того, что в существующем автосервисе не хватает мощностей для оказания дополнительных видов услуг, в связи с тем, что производственные площади используются на основные процедуры – которые занимают в среднем 3 часа на один автомобиль. Предлагается открытие в непосредственной близости автосервиса, который будет оказывать услуги исключительно по мойке и мелкому ремонту автомобилей. Таким образом, клиент автосервиса ООО «Ульника» сможет оставить свой авто в новом автосервисе, в котором будут проведены все подготовительные процедуры, а затем автомобиль сотрудниками нового автосервиса будет перегоняться в действующий автосервис, где уже будут проводиться ремонтные работы. Таким образом, во-первых будет повышена производительность существующего автосервиса за счет использования производственных площадей исключительно по назначению. Во-вторых обеспечена высокая производительность нового автосервиса – за счет специализации труда.

Название проектируемого предприятия: специализированный автосервис «Автосервис ПЛЮС».

Целевой сегмент: клиентами нового автосервиса будут с одной стороны клиенты действующего автосервиса, с другой – клиенты, желающие получить исключительно услуги автосервиса «Автосервис ПЛЮС» – то есть мелкий ремонт автомобиля или мытье автомобиля.

Услуги:

- подготовительная техническая помывка;
- мелкий ремонт;

– мытье, полировка, химчистка машин.

Для выявления целевого сегмента клиентов автосервиса было проведено анкетирование 50 автовладельцев.

Выбор целевого сегмента будет осуществлен на основании следующих факторов, влияющих на принятие решения потребителей:

- пол;
- доход потребителей;
- социальный класс;
- тип автомобиля;
- наиболее востребованные услуги;
- сумма единовременных затрат.

Структура респондентов по полу представлена на рисунке 3.3.

Основным сегментом клиентов автосервиса по половому признаку являются мужчины (72 % опрошенных респондентов). Это связано с тем что автолюбителей мужчин больше, чем женщин, а также тем, что автовладельцы женщины зачастую просят своих мужей отогнать машину.

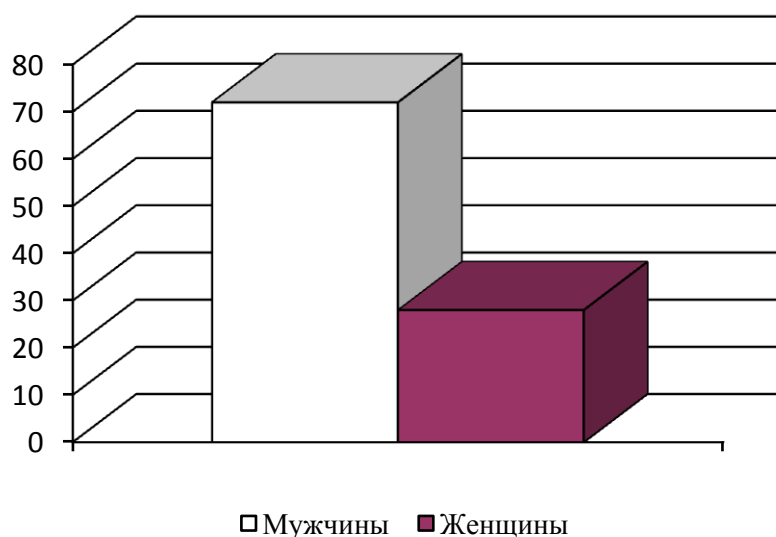


Рисунок 3.3 – Структура клиентов автосервиса по половому признаку, %

Анализ рассматриваемых респондентов по уровню дохода представлен на рисунке 3.4.

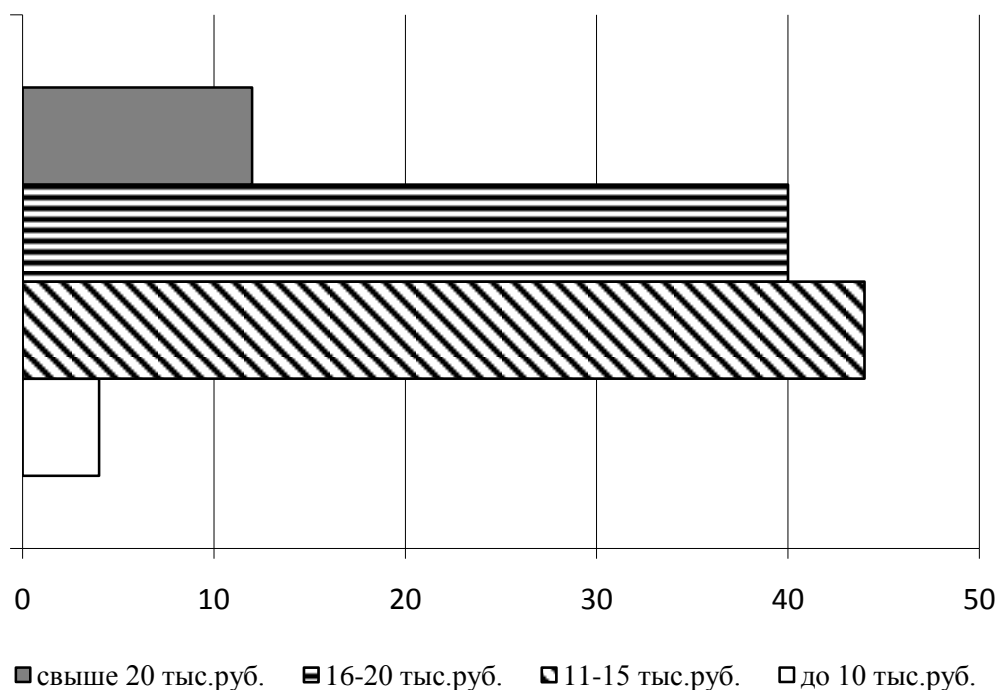


Рисунок 3.4 – Структура клиентов автосервиса по уровню дохода, %

Наиболее значимым сегментом являются клиенты со среднемесячным доходом на одного члена семьи от 11000 до 15000 рублей – 44% и от 16000 до 20000 рублей – 40%. Наименее значимым – потребители со среднемесячным доходом на одного человека в размере более 20000 рублей – 12% и до 10000 рублей – 4%.

По социальному классу большинство, а именно 36% опрошенных являются рабочими, и 24% – служащими. Оставшиеся респонденты относятся к пенсионерам, студентам, предпринимателям и безработным.

Как показали результаты опроса, 76% клиентов являются автовладельцами иностранных автомобилей, причем более половины автомобилей имеет «возраст» более 7 лет и относится автомобилям эконом-класса.

Далее рассмотрим предпочтения потребителей при выборе услуг (рисунок 3.5).

Абсолютно все автолюбители пользуются услугами мытье автомобиля, примерно половина, или 26 человек из 50 опрошенных периодически

прибегают к мытью кузова.

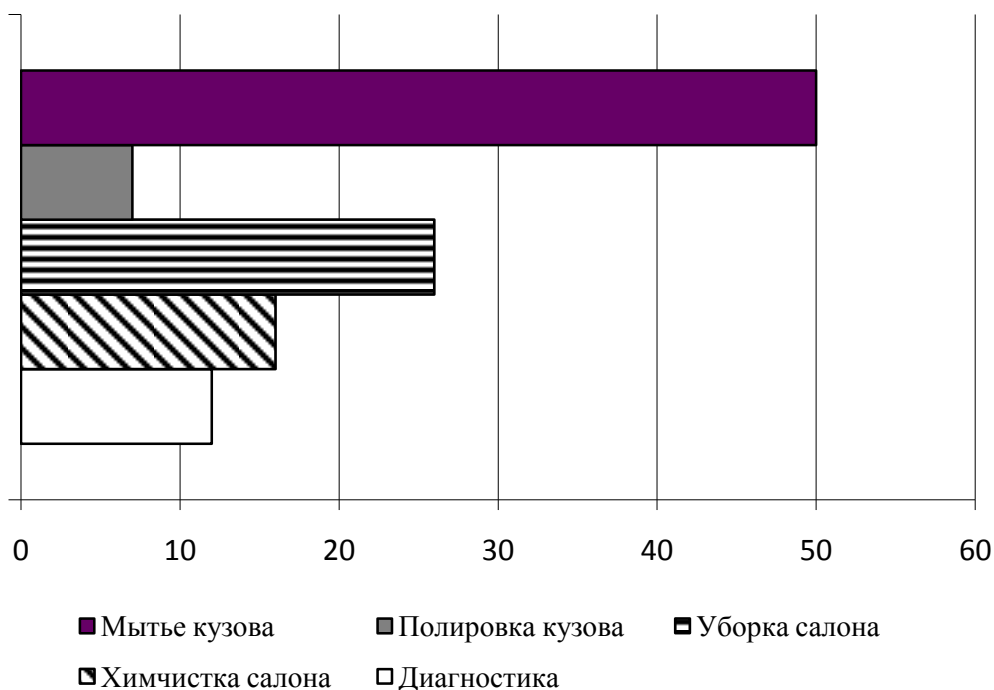


Рисунок 3.5 – Структура наиболее востребованные у автолюбителей услуги автосервиса, чел.

Наименьшим спросом пользуется услуга полировки кузова, так как она относится к дорогостоящим услугам.

При анализе единовременных затрат автовладельцев при посещении автомойки или осуществлении ремонта можно сделать вывод, что 64% опрошенных тратит в пределах 500 руб.

Обобщив проведенный анализ можно выделить следующие характеристики целевого сегмента будущего автосервиса: преимущественно мужчины, с доходом от 11 до 20 тыс.руб. на одного члена семьи, относящиеся к категории рабочие или служащие, являющиеся владельцами иностранных авто эконом – класса. У данных клиентов наиболее востребована услуга мелкий ремонт и мойки кузова они готовы потратить единовременно до 500 руб.

Маркетинговый подход к управлению предприятием основан на целевой ориентации всех элементов производства на решение проблем, возникающих у

потенциальных потребителей услуг предлагаемых проектируемым автосервисом.

Работа предприятия организована по нескольким критериям:

- ассортимент предоставляемых услуг будет заключаться в мытье машин и мелком ремонте;
- цена за услуги установлена средняя: 200–250 руб. за мытье кузова, 500руб. за ремонт;
- по методам продвижения будет достаточно большого баннера с рекламой, так как место находится там, где движение обильное, реклама будет хорошо заметна;
- предоставление акций, накопительных скидок.

План рекламных мероприятий проектируемого предприятия представлен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – План маркетинга автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника», в руб.

Мероприятия	Периодичность	Стоимость
Реклама	Реклама в газете, раз в неделю	11000
Наружная реклама	Баннер – растяжка (Периодичность зависит от срока аренды рекламного места)	9000
Прямые рассылки	1.Листовки (2500шт.)	1000
	2.Стикерс (1500шт.) (Периодичность по мере востребования)	1000

Запланированные затраты в размере 22 тыс.руб. будут включать рекламу в газете, баннер, рассылку листовок и стикеры.

Ожидаемый эффект от рекламных мероприятий: существенное увеличение известности фирмы и числа клиентов, привлечение общественного внимания.

Комплексность предоставляемой услуги обеспечивает ее функциональную полноту для практически любого потребителя.

Отличительным качеством данной услуги является также ее высокий технологический и качественный уровень, определяемый качеством оборудования и высокой квалификаций персонала.

Уровень цен должен быть минимально достаточным, чтобы обеспечить предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность всего комплекса услуг, достижение краткосрочных и долгосрочных целей.

В таблице 3.7 представлен прайс–лист на услуги, оказываемые автосервисом.

Таблица 3.7 – Стоимость услуг автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника», в руб.

Наименование	Стоимость по категориям автомобилей		
	1 категория	2 категория	3 категория
Комплексная мойка автомобиля: – наружная мойка; – мытье стекол; – мойка ковриков; – влажная уборка салона	180	220	350
Наружная мойка автомобиля	100	120.	210
Уборка салона автомобиля: – Очистка битумных пятен с кузова; – влажная уборка салона; – мойка ковриков; – мойка колес	120	140	180
Снятие и установка колеса	40	50	60
Регулировка замка двери	40	50	60
Ремонт трещин на стекле (1 см)	30	40	50
Замена масляного фильтра	50	60	90
Прокачка тормозов	100	150	180
Замена патрубка	50	60	80
Проверка уровня масла	40	50	60
Замена предохранителя	40	50	60
Смазка замков (всех)	10	10	10
Проверка давления колеса	20	30	40
Полировка кузова (ручная)	120	150	180

Цены на услуги будут зависеть от категории автомобиля:

- 1 категория: ВАЗ, Москвич, Иномарки (малого класса);
- 2 категория: "ВОЛГА", "НИВА", иномарки (среднего класса);
- 3 категория: иномарки (бизнес–класса), Джип, ГАЗель, микроавтобус.

В автосервисе будет применяться затратный метод ценообразования, то есть в стоимость услуги закладываются затраты на ее осуществление к которым добавляется торговая надбавка обеспечивающая чистую прибыль.

Таким образом, предлагается активная ценовая политика, заключающаяся в стратегии ценового прорыва, т.е. применения уровня цен несколько ниже уровня цен конкурентов и получения большей массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка. При этом цена не обязательно должна быть низкой по абсолютной величине, – она должна быть относительно высокого качества предоставляемых услуг.

Таблица 3.8 – Цена продаж услуг автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника», руб.

Наименование услуг	авг	сен.	окт.	ноя.	дек.	январ.	фев.	март.	апр.	май.	июн.	июл.
1 год												
Комплексная мойка автомобиля	—	220	350	350	180	180	220	350	350	220	180	180
Наружная мойка автомобиля	—	120	210	210	100	100	120	210	210	120	100	100
Уборка салона автомобиля	—	140	180	180	120	120	140	180	180	140	120	120
Снятие и установка колеса	—	50	60	60	40	40	50	60	60	50	40	40
Регулировка замка двери	—	50	60	60	40	40	50	60	60	50	40	40
Ремонт трещин на стекле (1 см)	—	40	50	50	30	30	40	50	50	40	30	30
Замена масляного фильтра	—	60	90	90	50	50	60	90	90	60	50	50
Прокачка тормозов	—	150	180	180	100	100	150	180	180	150	100	100
Замена патрубков	—	60	80	80	50	50	60	80	80	60	50	50
Проверка уровня масла	—	50	60	60	40	40	50	60	60	50	40	40
Замена предохранителя	—	50	60	60	40	40	50	60	60	50	40	40
Смазка замков (всех)	—	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Проверка давления колеса	—	30	40	40	20	20	30	40	40	30	20	20
Полировка кузова (ручная)	—	150	180	180	120	120	150	180	180	150	120	120

Продолжение таблицы 3.8

Наименование услуг	авг	сен.	окт.	ноя.	дек.	янв.	фев.	март.	апр.	май.	июн.	июл.
2 год												
Комплексная мойка автомобиля	220	220	350	350	180	180	220	350	350	220	180	180
Наружная мойка автомобиля	120	120	210	210	100	100	120	210	210	120	100	100
Уборка салона автомобиля	140	140	180	180	120	120	140	180	180	140	120	120
Снятие и установка колеса	50	50	60	60	40	40	50	60	60	50	40	40
Регулировка замка двери	50	50	60	60	40	40	50	60	60	50	40	40
Ремонт трещин на стекле (1 см)	40	40	50	50	30	30	40	50	50	40	30	30
Замена масляного фильтра	60	60	90	90	50	50	60	90	90	60	50	50
Прокачка тормозов	150	150	180	180	100	100	150	180	180	150	100	100
Замена патрубков	60	60	80	80	50	50	60	80	80	60	50	50
Проверка уровня масла	50	50	60	60	40	40	50	60	60	50	40	40
Замена предохранителя	50	50	60	60	40	40	50	60	60	50	40	40
Проверка давления колеса	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Смазка замков	30	30	40	40	20	20	30	40	40	30	20	20
Полировка кузова (ручная)	150	150	180	180	120	120	150	180	180	150	120	120

Таблица 3.9 – План объема продаж услуг автосервиса «Автосервис ПЛЮС»

ООО «Ульника», шт.

Наименование услуг	авг	сен.	окт.	ноя.	дек.	янв.	фев.	март.	апр.	май.	июн.	июл.
1 год												
Комплексная мойка автомобиля	–	17	55	101	342	314	281	101	101	160	171	171
Наружная мойка автомобиля	–	63	183	336	308	283	258	336	336	588	616	616
Уборка салона	–	27	107	196	256	235	221	196	196	252	257	257

Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата	ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ						Лист
												55

автомобиля												
Снятие и установка колеса	–	147	255	444	582	537	465	444	443	532	583	583

Продолжение таблицы 3.9

Наименование услуг	авг	сен.	окт.	ноя.	дек.	янв.	фев.	март.	апр.	май.	июн.	июл.
Ремонт трещин на стекле (1 см)	–	184	305	533	776	716	582	533	532	665	777	777
Регулировка замка двери	–	147	255	444	582	537	465	444	443	532	583	583
Замена масляного фильтра	–	123	170	296	465	430	388	296	295	443	466	466
Прокачка тормозов	–	49	85	148	233	215	155	148	148	177	233	233
Замена патрубка	–	123	191	333	465	430	388	333	332	443	466	466
Проверка уровня масла	–	147	255	444	582	537	465	444	443	532	583	583
Замена предохранителя	–	147	255	444	582	537	465	444	443	532	583	583
Проверка давления колеса	–	736	1527	2663	2327	2148	2327	2663	2659	2659	2332	2332
Смазка замков	–	245	382	666	1164	1077	776	666	665	886	1166	1166
Полировка кузова (ручная)	–	49	85	148	194	179	155	148	148	177	194	194

2 год

Комплексная мойка автомобиля	140	160	239	101	342	314	281	101	101	1160	171	171
Наружная мойка автомобиля	513	588	8875	336	308	283	258	336	336	588	616	616
Уборка салона автомобиля	220	252	7375	196	256	235	221	196	196	252	257	257
Снятие и установка колеса	466	533	444	444	583	537	465	444	443	532	583	583
Регулировка замка двери	466	533	444	444	583	537	465	444	443	532	583	583
Ремонт трещин на стекле (1 см)	583	66655	533	533	777	716	582	533	532	665	777	777
Замена масляного фильтра	389	444	296	296	466	430	388	296	295	443	466	466
Прокачка тормозов	355	178	148	148	233	215	155	348	148	477	233	233

Замена патрубков	389	444	333	333	466	430	388	333	332	443	466	466
Проверка уровня масла	466	533	444	444	583	537	465	444	443	532	583	583

Продолжение таблицы 3.9

Наименование услуг	авг	сен.	окт.	ноя.	дек.	январ.	фев.	март.	апр.	май.	июн.	июл.
Полировка кузова (ручная)	155	178	148	148	194	179	155	148	148	177	194	194
Замена предохранителя	466	533	444	444	583	537	465	444	443	532	583	583
Смазка замков (всех)	2332	2663	2663	2663	2332	2148	2327	2663	2659	2659	2332	2332
Проверка давления колеса	777	888	666	666	1166	1077	776	666	665	886	1166	1166

Исходя из стоимости услуг и объема можно легко получить план продаж.
Выручка от реализации изделий определяется по формуле:

$$B = P \cdot Ц, \quad (3.1)$$

где В – выручка;

Р – количество реализованных изделий;

Ц – цена реализации каждого изделия.

План объемов оказываемых услуг представлен в таблице 3.10. При составлении плана продаж учтена сезонность оказания услуг.

Таблица 3.10 – План продаж услуг автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника», тыс.руб.

Наименование услуг	авг	сен.	окт.	ноя.	дек.	январ.	фев.	мар.	апр.	май.	июн.	июл.	Итого за год
1 год													
Ремонт	–	81	168	292,95	256	236,25	256	292,95	292,5	292,5	256,5	256,5	2682,15
Мойка	–	15	77	141	123,2	113	123,7	141	141	141	123,2	123,2	1261,8
Итого	–	96	245	433,95	379,7	349,25	379,7	433,95	433,5	433,5	379,7	379,7	3 943,95
2 год													
Ремонт	256,5	292,95	292,95	292,95	256,5	236,2	256,5	292,95	292,95	292,5	256,5	256,5	3 276
Мойка	123,2	141	141	141	123	113	123,2	141	141	141	123,2	123,2	1 575

Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата	ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ						Лист
												57

Итого	379,7	433,95	433,95	433,95	379,7	349,25	379,7	433,95	433,95	433,5	379,7	379,7	4 851
-------	-------	--------	--------	--------	-------	--------	-------	--------	--------	-------	-------	-------	-------

Планируемый оборот в первый год работы автосервиса составит 3943,95 тыс.руб., в том числе 2682,15 тыс.руб. – за счет оказания услуг ремонта, 1261,8 тыс.руб. – за счет оказания услуги мойки.

3.2 Организационный план нового автосервиса ООО «Ульника»

Расположение автосервиса – Советский район города Красноярска, в непосредственной близости от ООО «Ульника».

Автосервис будет работать ежедневно без перерыва с 10.00 до 22.00 часов.

Организационная структура автосервиса представлена на рисунке 3.7

Директором будет является директор ООО «Ульника». Он будет исполнять руководящие функции над всем персоналом. На предприятии планируется должность администратора занимающегося текущей работой автосервиса, вопросами ценообразования и организации труда.

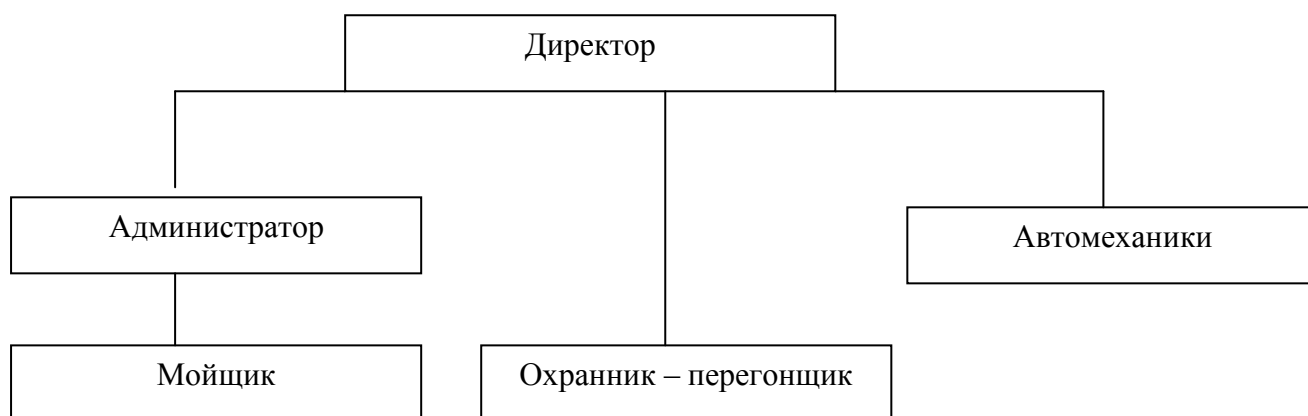


Рисунок 3.7 – Организационная структура автосервиса «Автосервис ПЛЮС»
ООО «Ульника»

Администратор подчиняется непосредственно директору. Администратор должен обладать организаторскими способностями, коммуникабельностью,

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ						Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата							58

должен быть энергичен и позитивно настроен.

В должностные обязанности администратора будут входить следующие пункты:

- организует бесперебойную работу автосервиса;
- осуществляет работу по организации эффективного и культурного обслуживания клиентов, созданию для них комфортных условий, контролирует отсутствие нарушений со стороны работников автосервиса, организует снабжение автосервиса оборудованием, средствами автохимии и аксессуарами;
- консультирует клиентов по вопросам, касающимся оказываемых услуг;
- поддерживает на рабочих местах атмосферу доброжелательности, подает личный пример в обслуживании клиентов;
- проверяет наличие в доступных для клиентов местах книг жалоб и предложений;
- обеспечивает общий контроль за оборудованием и прочими материальными ценностями, находящимися в автосервисе;
- информирует руководство об имеющихся недостатках в обслуживании клиентов и принимаемых мерах по ликвидации недостатков;
- соблюдает сам и контролирует соблюдение работниками трудовой и производственной дисциплины, правил и норм охраны труда, требований производственной санитарии и гигиены, требований противопожарной безопасности, гражданской обороны;
- соблюдает сам и обеспечивает исполнение работниками распоряжений и приказов администрации;
- выдает задания работникам на выполнение отдельных видов работ;
- определять для каждого клиента общую сумму оказываемых услуг по показанию индикатора контрольно– кассовой машины или с помощью счетного устройства и сообщать ее клиенту.

Автомеханик подчиняется непосредственно директору автосервиса. специалист осуществляет ремонт имеющихся в автомобиле

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		59

неполадок, составляет ведомость, которая в дальнейшем передается мастеру автосервиса «Ульника» и используется при непосредственном ремонте автомобиля.

Автомойщик подчиняются непосредственно администратору и выполняют его указания.

В обязанности автомойщика будут входить:

- производить работы согласно утвержденным на предприятии техническим инструкциям;
- качественно и эффективно обслуживать автомашины клиентов. Строго выполнять объем работ, оплаченных клиентом. Не допускать, а в случае возникновения, немедленно устранять недостатки, указанные администратором или клиентом;
- проявлять вежливость и внимание к клиентам. Не допускать конфликтных ситуаций. В случае возникновения приглашать Администратора мойки для устранения конфликта;
- обеспечивать чистоту и порядок помещений автосервиса;
- информировать администратора обо всех конфликтных ситуациях;
- соблюдать правила техники безопасности;
- соблюдать правила пожарной безопасности.

Планируемая численность персонала фирмы – 8 человек.

Таблица 3.11 – Штатное расписание автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника»

Перечень персонала	Количество	Зарплата, руб.	Всего, руб.
Администратор	1	15 000	15 000
Автомеханики	4	10 000	40 000
Автомойщик	1	15 000	15 000
Уборщица помещения	1	7 000	7 000
Охранник– перегонщик	1	10 000	10 000
Итого:			87 000

Ежемесячные затраты на оплату труда проектируемого предприятия составят 87 тыс.руб.

Рассмотрим подробно виды услуг, которые будут оказываться в автосервисе:

Наверняка каждый владелец автомобиля сталкивался с проблемой плохого закрывания дверей, а также неровными зазорами между кузовом и дверью машины. Это происходит из-за того, что замки со временем смещаются и расшатываются. Но отрегулировать их не составит особого труда, так как для этого понадобится всего один ключ на 10, желательно использовать головку и небольшой вороток.

В случае возникновения повреждения на лобовом стекле вашего автомобиля эксперты советуют обращаться в сервисный центр. Здесь профессиональные мастера сделают всё, чтобы вернуть вашему автомобилю былую привлекательность. Ремонт трещин лобового стекла автомобиля производят практически на любом СТО. Для этого здесь используют фотополимеры. Этот материал позволяет восстановить 70–80% прочности и прозрачности лобового стекла. Дело в том, что фотополимеры обладают точно таким же коэффициентом преломления света, что делает ремонт незаметным. Стоимость подобной процедуры на СТО достаточно невысока, в большей степени зависит от цены фотополимеров, которые используются для ремонта. Лучше не скупиться, так как от качества заделки повреждённого места будет напрямую зависеть степень комфорта водителя и пассажиров.

Фильтр меняется вместе с маслом. Делается это потому, что со временем он забивается продуктами износа, которые неизбежно появляются во время эксплуатации двигателя.

В такой ситуации нужен способ чистить масло. Года в моторе циркулирует техническая жидкость с металлическими продуктами износа,

которые еще быстрее портят детали. Как следствие, мотор быстрее приходит в негодность и нуждается в серьёзном дорогом ремонте.

Согласно рекомендации специалистов, замена масляного фильтра производится после каждой второй замены масла. Соответственно, его нужно менять каждые 24 000 километров.

Предохранители рассчитаны так, чтобы быть расплавленными раньше, чем будет повреждена вся электропроводка в случае, если возникает перегрузка в электрических цепях от аккумуляторной батареи. Перед заменой предохранителей определите причину электрической перегрузки и выполните необходимый ремонт.

Проверка давления в колесах на первый взгляд данная процедура может предстать не такой важной, коей она является на самом деле. Все дело в том, плохо накачанное колесо, или перекачанное колесо будут нарушать требования к колесу, установленные производителем, что в свою очередь ухудшает управляемость авто и тормозной путь. Каждый, даже если сам не сталкивался, слышал о том, как отказываются работать замки, особенно при очень низких температурах. Проблема возникает из-за жидкости, которая тем или иным образом попадает внутрь, а потом замерзает, намертво сковывая поворотные механизмы. Качественная смазка для петель и замков автомобиля поможет избежать всех этих неприятностей.

Прокачка тормозов. Несмотря на исключительную важность двигателя как составной части автомобиля, сама операция предельно проста. Сначала сбивается основная масса загрязнения. Затем движок покрывается специальной химией. Спустя две-три минуты средство, впитавшее грязь, смывается водой из аппарата высокого давления. Продолжительность – 10 минут.

Уборка салона включает пылесос салона; протирку стекол; чистку пластиковых и кожаных поверхностей. Продолжительность – от 15 минут.

Ополаскивание. В распутицу, когда на дороге грязь и слякоть, мыть машину нет никакого смысла. Однако можно заскочить на ближайшую мойку и окатить кузов. Продолжительность 15 минут.

Полировка кузова. Придает поверхностям авто приятный лоск, радует глаз, приносит владельцу мойки дополнительный доход. Пользуется особенным спросом у автовладельцев в весенне–летний период. Ручная полировка не требует особенных ухищрений: губка, баночка с полиролью и две пары рабочих рук.

Химчистка салона. Предоставляется многими автомойками. Требует дополнительного оборудования, – например, моющий пылесос. Процесс длительный, трудоемкий, и, как следствие, – дорогостоящий. Продолжительность – 4– 6 часов.

Чистка колесных дисков. Со временем от нагревания на дисках скапливается нагар. Работы: нанести средство, смыть грязь губкой. Если корка нагара слишком толстая, операция продлевается в два приема. Продолжительность – 10 минут.

Характеристика основных поставщиков автосервиса дана в таблице 3.12. Автомеханическое оборудование имеется в собственности у предприятия, но часть надо купить.

Поставку моющих средств и основного оборудования на рынке осуществляют 5 основных оптовых продавца – ООО «Тригон», ООО «Химпром24», ООО «ПиП», ООО «Керхер», ООО «22 BAR» – необходимо отметить, что ассортимент у данных предприятий торговли не пересекается, так как все они являются представителями различных компаний– производителей. Все предприятия расположены в городе Красноярске.

Таблица 3.12 – Характеристика поставщиков оборудования автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника»

Признак	Поставщики				
	ООО «Тригон»	ООО «Химпром24»	ООО «ПиП»	ООО «Керхер»	ООО «22 BAR»
Местоположение	Красноярск	Красноярск	Красноярск	Красноярск	Красноярск

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ				Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата					63

Доставка	Автотранспорт до клиента	Автотранспорт до клиента	Автотранспорт до клиента	Самовывоз	Автотранспорт до клиента
Отсрочка платежа, дни	До 30 дней	До 21 дня	До 30 дней	До 21 дня	До 30 дней
Уровень цен	Средние	Средние	Средние	Выше среднего	Средние
Скидки, %	До 5%	До 5%	До 5%	До 7%	До 7%
Ассортимент:					
Щелочное техническое моечное средство	+	+	+	+	+

Продолжение таблицы 3.12

Признак	Поставщики				
	ООО «Тригон»	ООО «Химпром24»	ООО «ПиП»	ООО «Керхер»	ООО «22 BAR»
Моющее средство для масляных загрязнений		+	+	+	+
Нейтральное техническое моющее средство	+	+	+	+	
Очиститель дисков		+	+	+	
Моющее средство для обивки и кресел		+	+	+	+
Средство для мытья рук для автомойки		+		+	
Моющее средство для мытья фасада автомойки		+		+	
Набор инструментов					+
Диагностическое оборудование					+
Подъемник					+
Оборудование для замены масла					+
Осветительное оборудование					+

ООО «Тригон», ООО «Химпром24» и ООО «ПиП» осуществляют доставку заказанного товара до клиента и предлагают скидку до 5%. ООО

Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата

«Кархер» предлагает скидку до 7%, однако его уровень цен выше чем у других поставщиков. ООО «22 BAR» осуществляют доставку заказанного товара до клиента и предлагают скидку до 7%, однако не предоставляет скидку на моющие средства.

Для организации работы автосервиса необходимы различные составляющие:

- технологическое оборудование;
- средства для мойки и химически автомобилей;
- средства для полировки автомобилей;
- оборудование для ремонта автомобиля.

Закупка будет производиться самостоятельно на оптовых базах города Красноярск. Частично будут привлекаться частные поставщики. Часть автомеханического оборудование имеется в собственности у предприятия, но нужно докупить оставшееся.

Для работы автосервиса было приобретено оборудование и материалы (таблица 3.13 и 3.14).

Таблица 3.13 – Затраты на покупку оборудования для автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника»

Наименование	Количество	Стоимость, руб.
Компрессор СБ4/С– 100LB50 «550 л. 380В»	1	32697,0
HD 10/21 S аппарат в/д	2	132610,5
FF06– 1/2 AA фильтр тонкой очистки на холодную воду	2	4009,0
Шланг поливочный 3/4 армированный, 3– х слойный	16	1292,0
Ар пылесос NT– 65/2	1	26253,25
Салфетка VETTA из микрофибры 30*40 см	3	79,8
Замша AION искусственная	3	598,5
Очиститель универсальный «Profoam2000» 600 мл	3	299,25
Очиститель стекол Glasscleaner 500мл	3	247,95
Фильтр– мешок	1	3250,9
Кран гидравлический LM SJ– 10	1	15555,0
Защитные перчатки	10	42,56
AE&T Подъемник 2– х стоечный 3т электрогидравлический AE&T ARMADA (Китай)	1	48592
Установка для сбора масла пневматическая TROMMELBERG 80л с подъёмной ванной UZM8081	1	12654

Набор инструментов 94 пр. 1/2", 1/4" RockForce	3	3911,63
FORCE Лампа Диодная с креплением на голову и магнитом F68603	1	1881,0
Вакуумметр RHINO– PRO (КА– 3000K) у/п	3	1330,0
Тепловая пушка KID 40M KID#40MANEUR00017612	1	9310
Лампа– переноска неоновая 220В CAMELION WL– 2007 8W	2	423,70
Итого:		255 879,08

Таблица 3.14 – Затраты для работы автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника», в руб.

Вид затрат	Значение		
	сред.на мес.	на 1 год	на 2 года
Закупка моющих средств и инвентаря	31 500	362 500	756 000
Холодная вода для моечных процессов	1 396	15 500	33 500
Электроэнергия для моечного процесса	8 826	92 500	203 000
Утилизация сточных вод	18 374	192 200	422 600
Итого переменные затраты:	60 096	662 700	1 415 100
Вода для бытовых нужд	500	6 000	12 000
Электроэнергия для бытовых нужд	7 792	91 000	187 000
Аренда помещения	50 000	600 000	1 200 000
Маркетинг (визитки, печать рекламы на обратной стороне квитанций о квартплате)	2 000	24 000	48 000
Услуги сторонней организации (охрана)	2 500	27 500	57 500
Услуги связи	3 000	36 000	72 000
Текущий ремонт и уборка	10 000	110 000	230 000
Расходные материалы	5 000	60 000	120 000
Дополнительное оборудование	3 000	33 000	69 000
Обслуживание банковского счета	600	7 200	14 400
Итого постоянные затраты:	84 392	994 700	2 009 900
ИТОГО:	144 488	1 657 400	3 425 000

Для осуществления проекта необходимы средства в размере 217497 руб. на приобретение оборудования, а также 400000 руб. для обеспечения функционирования автосервиса на начальном этапе – приобретение необходимых материалов, заработная плата и т.д. Здание находится в собственности ООО «Ульника»

3.3 Финансовый план нового автосервиса ООО «Ульника»

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		66

В таблице 3.15 представлены источники финансирования проекта, предусмотрено два источника финансирования – собственные источники финансирования – это личные сбережения директора и финансовая поддержка министерства экономики Красноярского края в форме субсидии.

Таблица 3.15 – Источники финансирования автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника», в руб.

Наименование источника	Сумма
Субсидия вновь созданным субъектам малого предпринимательства	217 497
Собственные средства:	400 000
ИТОГО	617 497

Сумма субсидии будет направлена на приобретение необходимого оборудования.

Рассчитаем налоги, которые будет уплачивать проектируемое предприятие (предприятие будет организовано в форме индивидуального предпринимателя).

При расчете учтем, что предприятие будет уплачивать следующие налоги: ЕНВД (Единый налог на вмененный доход) – 15%, страховые взносы с ФОТ – 30,4%, страховые взносы за ИП – 31,1%

Расчет налогов ЕНВД представлен в таблице 3.16.

Таблица 3.16 – Расчёт ЕНВД автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника», в руб.

Период		3 квартал	4 квартал	1 и послед.
Базовая доходность		12 000,00	12 000,00	12 000,00
Физический показатель				
1 мес.			9	9
2 мес.			9	9
3 мес.		9	9	9
К1	1,4942	1,4942	1,4942	1,4942
К2	1	1	1	1
Налоговая база		161 373,60	484 120,8	484 120,8
Сумма налога (15%)		24 206,04	72 618,12	72 618,12

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ		Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата			67

Подробный расчет всех налогов, которые будет уплачивать проектируемое предприятия представлен в Приложении В.

Для осуществления проекта необходимы средства в размере 217497 руб. на приобретение оборудования, а также 400000 руб. для обеспечения функционирования автосервиса на начальном этапе. Затраты на покупку оборудования – 255879 руб., заработная плата в размере – 87000руб.

3.4 Оценка эффективности бизнес-плана нового автосервиса ООО «Ульника»

Дальнейшие капиталовложения и пополнение оборотных средств будет осуществляться за счет собственных средств, полученных от финансово – хозяйственной деятельности. При реализации плана проектной деятельности предусмотрено дальнейшее реинвестирование и модернизация деятельности.

Анализ бюджета движения денежных средств показал, что дефицита наличности в течение планируемого периода не возникает. Все планируемые расходы покрываются за счет средств от реализации проекта. Анализируя бюджет доходов и расходов, можно отметить, что прибыль предприятие начнет получать с первого месяца реализации проекта.

В Приложении Г представлен отчет о движении денежных средств за весь период реализации проекта. Период окупаемости инвестиционных вложений составит 7 месяцев.

На основании проведенных расчетов сформирован прогнозный отчет о прибылях и убытках, представленный приложении Д.

На рисунке 3.8 показана динамика чистой прибыли проектируемого предприятия.

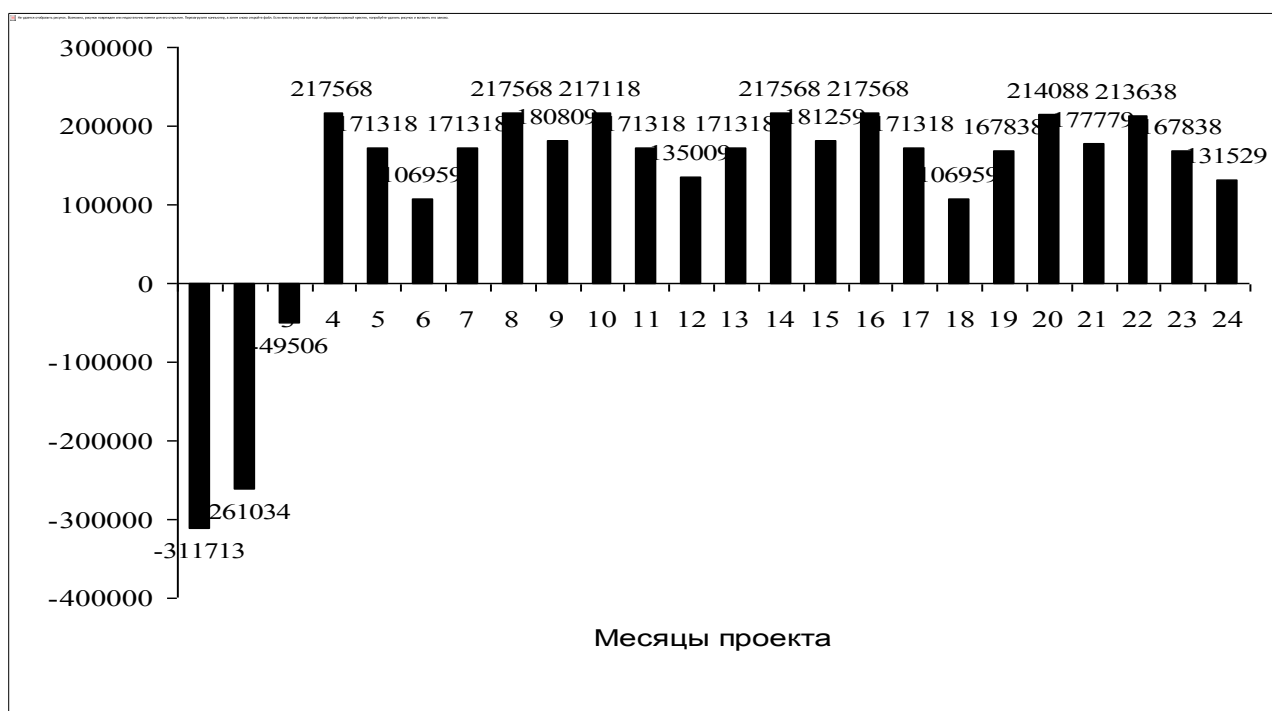


Рисунок 3.8 – Динамика чистой прибыли от автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника», руб.

Для оценки эффективности проекта были рассчитаны следующие показатели:

- общая сумма чистой прибыли за весь период реализации проекта;
- рентабельность вложений, которая рассчитывается по формуле:

$$P = \frac{ЧП}{ОВ} \cdot 100\% , \quad (3.2)$$

где Р – рентабельность общих вложений, %;

ЧП – сумма чистой прибыли за весь проект, руб.;

ОВ – общая сумма вложенных средств, руб.

- рентабельность продаж, которая рассчитывается по формуле:

$$P_{\Pi} = \frac{ТС}{B} \cdot 100\% , \quad (3.3)$$

где Р_п – рентабельность продаж, %;

ТС – общие издержки, руб.;

В – выручка, руб.

– срок окупаемости проекта;

Все расчёты представлены в таблице 3.17.

Таблица 3.17 – Оценка эффективности создания автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника»

Показатель	Значение
Чистая прибыль, руб.	3 105 431
Рентабельность вложений, %	73
Рентабельность продаж, %	88
Срок окупаемости, мес.	4

Чистая прибыль составит 3105431 руб. Рентабельность вложений будет равна 73%, а рентабельность продаж составит 88%, срок за который окупится проект 4 месяца.

График точки безубыточности представлен на рисунке 3.9.

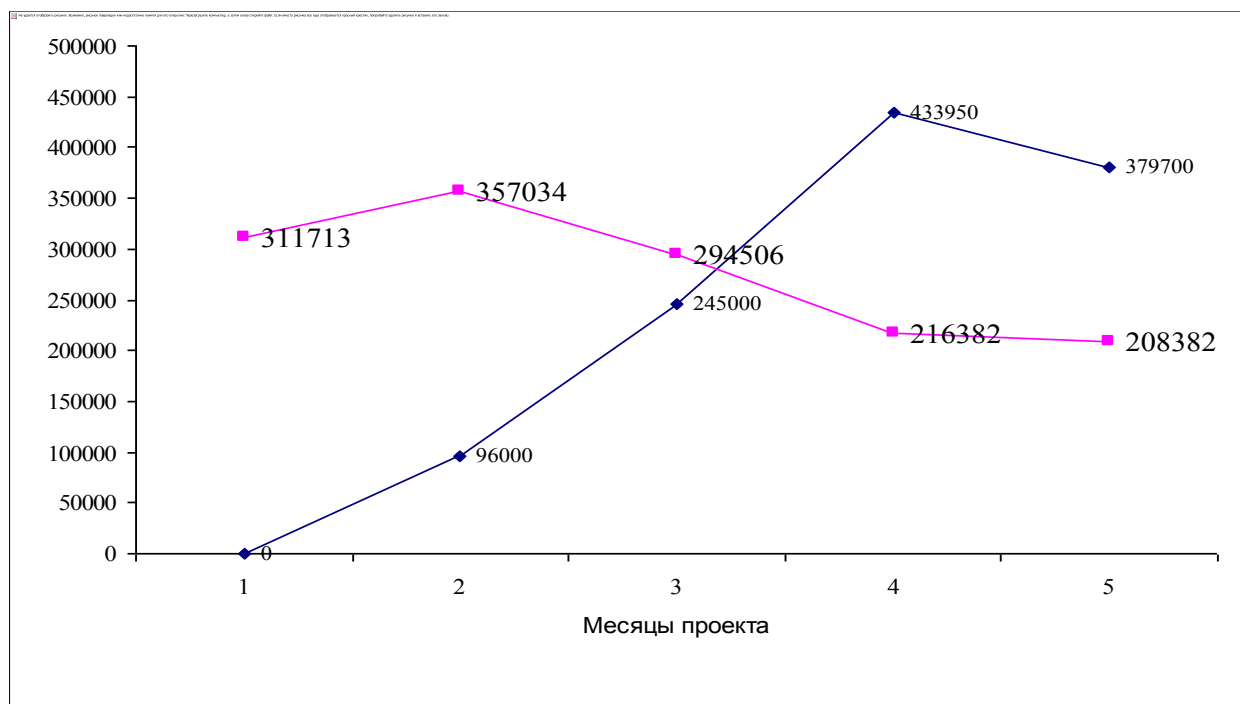


Рисунок 3.9 – График точки безубыточности создания автосервиса «Автосервис ПЛЮС» ООО «Ульника», руб.

На основании расчетов можно сделать вывод, что проект окупится за 4 месяца.

Этапы реализации проекта представлены в таблице 3.18.

Таблица 3.18 – Основные этапы реализации проекта

Этапы	2016						2017
	апр.– июль	авг.	сен.	окт.	ноя.	дек.	
Определение основных параметров проекта							
Покупка оборудования							
Доставка оборудования							
Монтаж и наладка оборудования							
Наем персонала							
Начало производства							
Выход на полную мощность							

На полную производственную мощность предприятие выйдет в ноябре 2016 года.

Анализ бюджета движения денежных средств показал, что дефицита наличности в течение планируемого периода не возникает. Все планируемые расходы покрываются за счет средств от реализации проекта. Анализируя бюджет доходов и расходов, можно отметить, что прибыль предприятие начнет получать с первого месяца реализации проекта.

Проект окупится за 4 месяца.

Чистая прибыль составит за 2 года 3105431 руб. Рентабельность вложений будет равна 73%.

На полную производственную мощность предприятие выйдет в ноябре 2016 года.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Прогноз развития рынка услуг автосервисов в целом в России и в г. Красноярске в частности можно назвать благоприятной, учитывая во внимание тот факт, что снижение доходов населения сильно сказалось на покупательной способности наших граждан, но несмотря на это, можно сказать, что покупать новые автомобили станут реже и возрастет доля поддержанных, а это как следствием будет являться более частый ремонт. К тому же доля автосервисов будет сокращаться. Красноярск входит в десятку по показателю доли иномарок на душу населения, из этого следует, что у нас неплохие перспективы развития в сфере авторемонта.

Наибольшим спросом в среднесрочной перспективе на рассматриваемом рынке будут пользоваться качественные, недорогие услуги при условии, что клиент сможет получить в одном месте максимум дополнительных услуг.

В дипломном проекте исследовано состояние и перспективы развития рынка автосервисных услуг, проанализирована финансово–хозяйственная деятельности предприятия, разработан проект открытия дополнительного автосервиса.

Анализ деятельности ООО «Ульника» показал, что для повышения эффективности и увеличения прибыльности, необходимо открытие дополнительного автосервиса, оказывающего более широкий комплекс услуг.

Изменение структуры спроса на автомобильном рынке, обусловленное кризисом, приведет к соответствующим изменениям и на рынке услуг по техническому обслуживанию – отечественные автомобили постепенно будут вытеснять дорогостоящие иномарки, так же возрастет и доля поддержанных авто над новыми.

Рост доходности автосервисов, будет обусловлен уменьшением количества игроков на рынке и, как следствие, ослаблением конкуренции, но для того чтобы компания могла выжить в условиях подобного кризиса, она

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		72

будет готова идти клиенту на встречу, что может сказаться положительно для компании, тем самым, конкуренция останется практически на том же уровне. В этом случае средним игрокам, удастся выжить лишь за счет узкой специализации.

В то же время наличие относительно небольших площадей, импортного оборудования и высококвалифицированного персонала позволит планируемому автосервису сохранять высокую долю на рынке в течение длительного времени.

Всё вышесказанное даёт основание сделать вывод о том, что открытие автосервиса в Красноярске на базе ООО «Ульника» целесообразно.

Ввиду того, что в существующем автосервисе не хватает мощностей для оказания дополнительных видов услуг, в связи с тем, что производственные площади используются на основные процедуры – которые занимают в среднем 3 часа на один автомобиль. Предлагается открытие в непосредственной близости автосервиса, который будет оказывать услуги исключительно по мойке и мелкому ремонту автомобилей. Таким образом, клиент автосервиса ООО «Ульника» сможет оставить свой авто в новом автосервисе, в котором будут проведены все подготовительные процедуры, а затем автомобиль сотрудниками нового автосервиса будет перегоняться в действующий автосервис, где уже будут проводиться ремонтные работы. Таким образом, во-первых будет повышена производительность существующего автосервиса за счет использования производственных площадей исключительно по назначению. Во-вторых обеспечена высокая производительность нового автосервиса – за счет специализации труда.

Название проектируемого предприятия: специализированный автосервис «Автосервис ПЛЮС».

Клиентами нового автосервиса будут с одной стороны клиенты действующего автосервиса, с другой – клиенты, желающие получить исключительно услуги автосервиса «Автосервис ПЛЮС» – то есть мелкий ремонт автомобиля или мытье автомобиля.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		73

Проект окупится за 4 месяца.

Чистая прибыль составит за 2 года 3105431 руб. Рентабельность вложений будет равна 73%.

На полную производственную мощность предприятие выйдет в ноябре 2016 года.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		74

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрютина, М.С. Анализ финансово – экономической деятельности предприятия: учебно – практическое пособие / М.С. Абрютина. – М.: Дело и сервис, 2012. - 412с.
2. Аистова, М.Д. Реструктуризация предприятий / М.Д. Аистова. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 287 с.
3. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы: учебно-методическое пособие / М.М. Алексеева. - М.: Финансы и статистика, 2011. - 248 с.
4. Артеменко, В.Г. Финансовый анализ: учебное пособие / В.Г. Артеменко.- М.: Дело и сервис, 2010. - 160 с.
5. Баканов, М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 474 с.
6. Басовский, Л.Е. Теория экономического анализа: учебное пособие / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА – М, 2012. - 222.с.
7. Балабанов, И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта: учебное пособие. / И. Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2008. 110с.
8. Бизнес-план: Методические материалы / Р.Г. Маниловский, Л.С. Юлкина, Д.В. Ягодин. - М. Финансы и статистика, 2012. - 80 с.
9. Бланк, И.А. Управление активами / И.А. Бланк. - Киев: Ника-Центр, 2010. – 720 с.
- 10.Бланк, И.А. Финансовый менеджмент / И.А. Бланк. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 294 с.
- 11.Блэквелл, Э. Как составить бизнес-план / Э. Блэквелл. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 160 с.
- 12.Буряковский, В.В. Финансы предприятия: учебник / В.В. Буряковский. – Днепропетровск: Пороги, 2012. – 427с.
- 13.Бэнгэ, Д.Г. Руководство по составлению бизнес-плана: Создание плана для

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		75

- успешного ведения вашего бизнеса. / Д. Г. Бэнгэ. - М. :Финпресс, 2010. - 256 с.
- 14.Валевич, Р.П. Экономика торгового предприятия: учебное пособие / Р.П. Валевич. – Минск: Высшая школа, 2011. – 367с.
 - 15.Верилова, О. Стратегическое планирование / О. Верилова // Питание и общество. - 2013. - №2. - С. 14-15.
 - 16.Васильева, Л.С. Финансовый анализ / Л.С. Васильева. - М.: КноРус, 2011. - 374 с.
 - 17.Вахрин, П.И. Финансовый анализ в коммерческих и некоммерческих организациях: учебное пособие / П.И. Вахрин. – М.: Маркетинг, 2012. - 154с.
 - 18.Виханский, О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский. - М.: Гардарики, 2010. - 528с.
 - 19.Герчикова И.Н. Внутрифирменное планирование / И.Н. Герчикова И.Н. // Менеджмент. - 2011. - №11. - С. 177-190.
 - 20.Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии: учебник для вузов / В.А. Горемыкин. – М : Филин, 2012. - 328 с.
 - 21.Горохов, М.Ю. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ: Как привлечь деньги / М.Ю. Горохов. - М.: Филин, 2011. - 208 с.
 - 22.Гулькин, П. Как подготовить бизнес-план? Точка зрения инвестора / П. Гулькин // Рынок ценных бумаг. - 2013. - №7. - С. 52-55.
 - 23.Ефимова, О.В. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие /О.В. Ефимова. – М.: Омега – Л, 2011. - 408 с.
 - 24.Ефимова, О.В. Анализ финансового состояния / О.В. Ефимова. – М.: Бухгалтерский учет, 2013. - 352с.
 - 25.Ефремов, В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования / В.С. Ефремов. - М.: Финпресс, 2012. - 163 с.
 - 26.Кобизская, О. Бизнес-план - основа успеха предприятия / О. Кобизская // Экономика и жизнь. - 2013. - №41. - С. 8.
 - 27.Коршунов, В. Экономика организации (предприятия). Теория и практика / В.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		76

- Коршунов. – М.: Юрайт, 2014. – 448 с.
28. Красноярский край в цифрах. 2014, 2015: Стат.сб. / Красноярскстат. – Красноярск, 2016. – 158 с.
29. Красноярский краевой статистический ежегодник, 2015: Стат.сб. / Красноярскстат. – Красноярск, 2016. – 518 с.
30. Ковалев, В.В. Финансовый анализ / В.В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 365 с.
31. Ковалев, В. В. Курс финансового менеджмента: учебник / В. В. Ковалев. - Москва: Проспект, 2011. - 480 с.
32. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Ковалев. – М.: ООО «ТК Велби», 2010. – 424 с.
33. Ковалева, А. М. Финансы фирмы: учебник / А. М. Ковалева - Москва : ИНФРА-М, 2011. - 521 с.
34. Крутякова, Ю.А. Бизнес-планирование : учебное пособие / Ю.А. Крутякова. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2012. – 352 с.
35. Липсиц, И.В. Бизнес-план - основа успеха: практическое пособие / И. В. Липсиц. - М. : Дело ЛТД, 2010. - 112 с.
36. Любанова, Т.П. Сборник бизнес-планов: методика и примеры. Учебный курс / Т.П. Любанова. – М.: ИКЦ «МарТ», 2012 – 408 с.
37. Любушин, Н.П. Экономический анализ / Н.П. Любушин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 576 с.
38. Любушин, Н.П. Экономика организации / Н.П. Любушин. – М.: КноРус, 2011. – 304 с.
39. Маркарьян, Э.А. Финансовый анализ: учебное пособие / Э. А. Маркарьян. - М.: КНОРУС, 2014. – 192 с.
40. Маркин, Ю. Экономический анализ / Ю. Маркин. – М.: Омега-Л, 2011. – 456 с.
41. Маркова, В.Д. Бизнес-план как инструмент выживания / В.Д. Маркова // ЭКО. - 2012. - №9. - С. 30-34.

42. Мохначев, С. А. Финансовый менеджмент / С. А. Мохначев. - Екатеринбург: Изд-во ин-та экономики УрО РАН, 2010. - 144 с
43. Негашев, Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: учебное пособие / Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА – М, 2011. - 181 с.
44. Нечитайло, А. Экономика предприятий (организаций): учебник / А. Нечитайло. – М.: Проспект, 2014. – 304 с.
45. Никитина, Н. В. Финансовый менеджмент: учебник / Н. В. Никитина. - Москва :КноРус, 2012. - 328 с.
46. Одинцова, Л.А. Планирование на предприятии: учебник / Л. А. Одинцова. – М.: Издательский центр «Академия», 2011. - 272 с.
47. Павлова, Л.Н. Финансовый менеджмент: учебник / Л.Н. Павлова. – М. Юнити-Дана, 2012. – 274с.
48. Пелих, А.С. Бизнес-план или как организовать собственный бизнес: Анализ. Методика. Практикум / А. С. Пелих. - М.: Ось-89, 2010. - 96 с.
49. Попов, В.М. Сборник бизнес-планов: С рекомендациями и комментариями: учебно-методическое пособие/ В.М. Попов. – М.: КНОРУС, 2014. – 336 с.
50. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: учебник для вузов / Л.В. Прыкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 360 с.
51. Раицкий, К.А. Экономика предприятия: учебник для вузов / К.А. Раицкий. - М.: Дашков и К, 2012.- 1012 с.
52. Сивкова, А.И. Практикум по анализу финансово-хозяйственной деятельности / А.И. Сивкова. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. - 231с.
53. Скирко, Ю.И. Технология составления бизнес-плана / Ю. И. Скирко // Текстильная промышленность. - 2013. - №12. - С. 9-10.
54. Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика / Е.С. Стоянова. - М.: Перспектива, 2011. - 267 с.
55. Сухова, Л.Ф. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: учебное пособие / Л. Ф. Сухова. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 160 с.

						ДП – 080502.65 – 2016 ПЗ	Лист
Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата		78

- 56.Тихомиров, Е.Ф. Финансовый менеджмент: управление финансами предприятия / Е.Ф. Тихомиров. – М.: Академия, 2011. – 384 с.
- 57.Турманидзе, Т.У. Финансовый анализ хозяйственной деятельности предприятия / Т.У. Турманидзе. - М.: РДЛ, 2011. - 342 с.
- 58.Уткин, Э.А. Бизнес-план: Как развернуть собственное дело / Э.А. Уткин. - М.: АКАЛИС, 2011. - 175 с.
- 59.Ушаков, И.И. Бизнес-план / И.И. Ушаков. – СПб.: Питер, 2013 , - 224 с.
- 60.Финансовый аспект составления бизнес-плана / под ред. А.М. Ковалёвой. - М.: Финансы, 2011. - 356с.
- 61.Финансовый менеджмент: учебник / под ред. Г.Б. Поляка. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 528 с
- 62.Финансовое планирование и контроль / под ред. А.В. Паукова. – М., 2012.- 205с.
- 63.Черняк, В.З. Финансовый анализ / В.З. Черняк. - М.: Финансы и статистика, 2011. - 416 с.
- 64.Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 415 с.
- 65.Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа: учебник /А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 456 с.
- 66.Экономика предприятия (фирмы): учебник / под ред. проф. О.И. Волкова. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 604 с.
- 67.Экономика: учебник / под ред. А. С. Булатова. – М.: БЕК, 2012. – 816с.
- 68.Экономика предприятия: учебник для вузов / под ред. А.Е. Карлика. – СПб.: Питер, 2011. – 464 с.
- 69.Экономика предприятия: учебник / под ред. В. Я. Горфинкель – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2010. – 767с.
70. Экономика предприятия: учебник / под ред. В.П.Грузинова.- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. - 535 с.
- 71.Эволюция авторынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Сводная таблица финансово-оперативных коэффициентов 2015 г.

Обозначение	Название коэффициентов	Формула расчета	Норматив	2014	2015	Отклонение
Коэффициенты ликвидности						
K ₁₋₁	Коэффициент абсолютной ликвидности	ДС+КФВ/КО	0,2	0,04	0,25	0,2
K ₁₋₂	Коэффициент промежуточного покрытия	НМОС/КО	0,8-1,0	0,72	1,05	0,3
K ₁₋₃	Коэффициент текущей ликвидности	ТА/КО	2,0	1,22	2,0	0,78
Коэффициенты платежеспособности						
K ₂₋₁	Коэффициент автономии	III П/Б	0,5	0,02	0,02	0
K ₂₋₂	Коэффициент заемных ресурсов	1 - K ₂₋₁	0,5	0,98	0,98	0
K ₂₋₃	Коэффициент мобильности СС	СОС/СК	-	0	0	0
K ₂₋₄	финансовой напряженности	V П/Б	0,2	0,4	0,4	0
K ₂₋₅	Коэффициент кредиторской задолженности	КЗ/ЗК	-	0,2	0,3	0,1
Показатели деловой активности						
K ₃₋₁	Коэффициент общей оборачиваемости капитала	Выручка/Σ (А) Б	1	2,1	1,7	-0,4
K ₃₋₂	Коэффициент мобильности активов	ПА/ Б	-	0,45	0,66	0,21
K ₃₋₃	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	Выручка/ОС	-	4,58	2,57	-2,01
K ₃₋₄	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	Выручка/ДЗ	-	8,2	5,1	-3,1
K ₃₋₅	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	Выручка/КЗ	-	10,3	5,9	-4,4
Коэффициенты рентабельности						
K ₄₋₁	Коэффициент рентабельности капитала	Чистая прибыль/Σ (А) Б		0,01	9,9	9,8
K ₄₋₂	Коэффициент рентабельности основных средств	Чистая прибыль/ОС	-	0,003	0,001	-0,002
K ₄₋₃	Коэффициент общей рентабельности организации	Чистая прибыль/выручка	-	0,01	5,8	5,7
K ₄₋₄	Коэффициент рентабельности продаж	Прибыль от продаж/выручку	-	0,04	-0,03	-0,07

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Сводная таблица финансово-оперативных коэффициентов 2014 г

Обозначение	Название коэффициентов	Формула расчета	Норматив	2013	2014	Отклонение
Коэффициенты ликвидности						
K ₁₋₁	Коэффициент абсолютной ликвидности	ДС+КФВ/КО	0,2	0,25	0,58	0,23
K ₁₋₂	Коэффициент промежуточного покрытия	НМОС/КО	0,8-1,0	1,06	1,98	0,92
K ₁₋₃	Коэффициент текущей ликвидности	ОС/КО	2,0	1,6	2,6	1,0
Коэффициенты платежеспособности						
K ₂₋₁	Коэффициент автономии	III П/Б	0,5	0,02	0,01	-0,01
K ₂₋₂	Коэффициент заемных ресурсов	1 - K ₂₋₁	0,5	0,98	0,99	0,01
K ₂₋₃	Коэффициент мобильности СС	СОС/СК	-	0	0	0
K ₂₋₄	Коэффициент финансовой напряженности	V П/Б	0,2	0,41	0,3	-0,11
K ₂₋₅	Коэффициент кредиторской задолженности	КЗ/ЗК	-	0,3	0,2	-0,01
Показатели деловой активности						
K ₃₋₁	Коэффициент общей оборачиваемости капитала, оборотов	Выручка/Σ (А) Б	1	2,2	0,9	-1,3
K ₃₋₂	Коэффициент мобильности активов	IIА/ Б	-	0,66	0,79	0,13
K ₃₋₃	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	Выручка/ОС	-	3,3	1,2	-2,1
K ₃₋₄	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, оборотов	Выручка/ДЗ	-	6,5	2,2	-4,3
K ₃₋₅	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, оборотов	Выручка/КЗ	-	7,5	4,0	-3,5
Коэффициенты рентабельности						
K ₄₋₁	Коэффициент рентабельности капитала	Чистая прибыль/Σ (А) Б		0,001	0,001	0
K ₄₋₂	Коэффициент рентабельности основных средств	Чистая прибыль/ОС	-	0,001	0,002	0,001
K ₄₋₃	Коэффициент общей рентабельности организации	Чистая прибыль/выручка	-	0,0002	0,001	-0,002
K ₄₋₄	Коэффициент рентабельности продаж	Прибыль от продаж/выручку	-	0,003	-0,003	-0,01